

АССОРТИМЕНТ ВАРЕНО-КОПЧЕНЫХ ПРОДУКТОВ ИЗ МЯСА ПТИЦЫ

Мижевикин Д.А., Еремина Ю.А., Мижевикина А.С.

В настоящее время птицеводство обеспечивает население ценными продуктами питания – мясом и яйцами. В нашей стране созданы специализированные птицеводческие хозяйства и птицефабрики. Размещают птицефабрики, снабжающие население мясом птицы и диетическими изделиями, возле крупных городов и промышленных центров. Для увеличения производства мяса птицы высокого качества создаются бройлерные фабрики, на которых выращивают мясных цыплят [1].

В связи с повышением на рынке продуктов из мяса птиц, заметно повысился и уровень конкуренции: наряду с известными крупными предприятиями появилось большое количество мелких производств, сырьевая база и уровень технического оснащения которых не всегда позволяют выпускать высококачественную продукцию [2].

В розничной торговой сети г. Троицка реализуются копчености из мяса птицы, вырабатываемые самыми различными предприятиями изготовителями – как местными, так и иногородними. При этом реализуемые в торговой сети продукты данной группы отличаются как в плане потребительских свойств, так и в ценовом аспекте.

Вследствие вышеизложенного, **целью** выполнения выпускной квалификационной работы явилось изучение ассортимента варено-копченых продуктов из мяса птицы, выпускаемых различными производителями.

Для достижения цели нами были поставлены следующие **задачи**:

1. Провести маркетинговые исследования ассортимента варёно - копченых продуктов из мяса птиц в г. Троицке.

В марте 2016 г. в городе Троицке было проведено маркетинговое исследование ассортимента рынка варено-копченых продуктов из мяса птиц

предпочтений потребителей при выборе варено-копченых изделий из мяса птицы.

В первую очередь основываясь на данных интернет-магазинов и торговых предприятий г. Троицка мы провели исследование, из какого вида птицы преобладает варено-копченая продукция. И в результате мы выяснили, что абсолютным монополистом является продукция из мяса курицы.

Далее нами был изучен ассортимент варено-копченых продуктов из мяса курицы на основе данных интернет-магазинов. Результат мы можем видеть на рисунке 1.

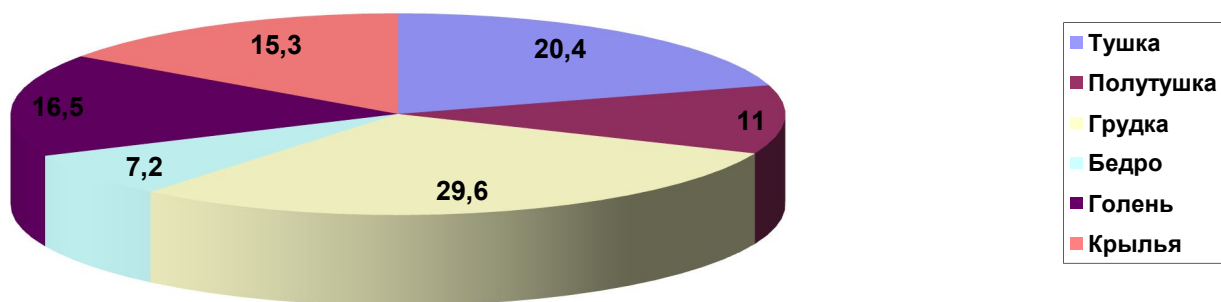


Рисунок 1 – Ассортимент варено-копченых продуктов из мяса курицы на основе данных интернет-магазинов

Из схемы следует, что из варено-копченых изделий из курицы преобладают такие продукты, как грудка и тушка.

Мы исследовали ассортимент варено-копченых продуктов из мяса птиц в торговом отделе ИП Фоминой И.В. данные представлены на рисунке 2.

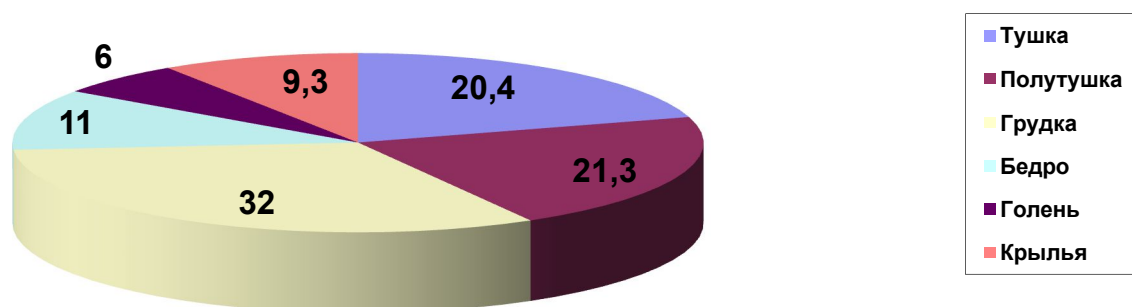


Рисунок 2 - Ассортимент варено-копченых продуктов из мяса птиц в торговом отделе ИП Фоминой И.В.

Из приведенных данных следует, что в большинстве преобладает такая продукция, как грудка и полутушка.

Так же в ходе работы изучались предпочтения покупателей среди видов варено-копченых изделий из мяса птицы, а так же их производителей и основной мотив для совершения покупки.

В ходе исследования было опрошено 100 респондентов с помощью «Анкеты по изучению спроса потребителей на варено-копченые продукты из мяса птиц». Проведя маркетинговое исследование поведения и предпочтений потребителей на рынке варено-копченых изделий из мяса птиц, можно вывести основные положения:

- рынок потенциальных потребителей изучаемой продукции достаточно широк, большинство людей (80%) употребляют в пищу варено-копченые продукты из мяса птиц, и только 20% людей не употребляют;

- меньшее количество опрошенных (35%) покупают варено-копченые изделия несколько раз в неделю, что объясняется, в одних случаях, любовью к этому виду варено-копченых продуктов из мяса птиц. Остальной процент опрошенных, покупают варено-копченые изделия несколько раз в месяц (65%);

- вследствие полученных данных узнали, что из всех продуктов из мяса птицы большинство (30%) предпочитают грудку, дальше по уменьшению: тушка (19%), полутушка (17%), бедро (13%), голень (11%), крылья (10%)

- в ходе опроса было выявлено, что по 42% опрошенных покупают варено-копченые продукты из мяса курицы товарной марки «Княжий сокольник» и «Равис», 31% - «Чебаркульская птица», 18% - «Аргаяша», и других марок - 9%. Можно сделать вывод, что на первом месте по популярности среди торговых марок варено-копченых продуктов из мяса курицы является «Княжий сокольник» и «Равис»;

- большинство опрошенных при покупке варено-копченых продуктов

из мяса курицы на первое место ставят критерий - вкус, на второе место - опыт предыдущей покупки, третье место разделилось - цена и соотношение цена/качество, на четвертое место ставят производителя и на пятое место - упаковку. Следовательно, большинство людей при выборе продукта в первую очередь обращает внимание на вкусовые характеристики, а не на стоимость и производителя;

- как показали результаты исследования, покупатели не являются приверженцами конкретных торговых марок. Если в магазине не окажется предпочитаемой марки, то аналогичную по цене и качеству продукцию купят 65% опрошенных, 35% - не станут покупать вообще ничего;

- 61,5% опрошенных реагируют на новинки на рынке варено-копченых продуктов из мяса курицы, они готовы экспериментировать вместе с производителями, и 38,5% - не реагируют. Большинство опрошенных узнают о новинках в от знакомых (56%) и рекламы (35%). Эти данные помогают понять необходимость выпускать рекламу в различных средствах массовой информации.

Состав респондентов, принявших участие в опросе: 36% мужчин и 64% женщин. Возраст опрашиваемых людей составил до 55 лет – 48%, то есть трудоспособное и наиболее платежеспособное население, 34% опрошенных оказались люди до 25 лет.

Люди старшего поколения (старше 55 лет) готовы потратить до 200 рублей при покупке варено-копченых продуктов из мяса курицы. Это вызвано, вероятно, невысоким уровнем доходов. Если с уровнем дохода до 10000 рублей большинство (50%) готово потратить около 200 рублей, и 25% - до 180 рублей, то с доходами свыше 16000 рублей готовы потратить до 150 рублей - 5,3%, и свыше 200 рублей - 63,2%. Таким образом, для получения наибольшей выгоды, в своей работе фирме необходимо ориентироваться на средний класс общества с доходами от 10000 рублей в месяц и на более обеспеченных людей.

Таким образом, результаты исследования, показали, что абсолютным монополистом на рынке варено-копченых продуктов, являются изделия из мяса курицы. Стоит отметить, что население предпочитает из всех видов варено-копченых продуктов из курицы – грудку, так это самая полезная и диетическая часть, так же в ней содержится меньше всего холестерина. Так же мы можем увидеть, что потребители предпочитают такие торговые марки, как «Чебаркульская птица», «Равис», «Ариант» и «Аргаяша». На основе полученных данных для исследования мы взяли варено-копченые грудки из мяса курицы, наиболее востребованных торговых марок.

Список использованной литературы

1. Митрофанов Л.А. Мясо птицы – основа для расширения ассортимента мясных продуктов//Мясная индустрия. - 2008. - № 2. - С.88-90.
2. Субычева А.Н. Экономика, анализ и планирование на предприятии торговли. - СПб.: Питер, 2009. – 340с.