

**И. Ю. Ухарцева** (ukhartsetva@yandex.ru),  
канд. техн. наук, доцент

**Е. И. Романцевич** (katyusha@mail.ru),  
магистрант

Белорусский торгово-экономический  
университет потребительской кооперации  
г. Гомель, Республика Беларусь

## **ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ ПРЕДПОЧТЕНИЯ КАК ОСНОВА ОПТИМИЗАЦИИ АССОРТИМЕНТА ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ ТОВАРОВ**

В работе представлены результаты изучения покупательских предпочтений к куриным яйцам как продукту, необходимому в рационе человека. Проведенные исследования позволяют прогнозировать спрос на яйца, отвечающие ожиданиям потребителей, и, как следствие, способствовать формированию оптимального ассортимента данной продукции.

The paper presents results of a study of consumer preferences for chicken eggs as a product that is required in the human diet. The conducted research allow to predict the demand for eggs that meet consumers' expectations, and as a result contribute to the formation of the optimal range of these products.

Социологическое исследование, как и любое другое исследование в любой дисциплине или науке, играет очень большое значение. Оно позволяет двигаться вперед, подтверждая или опровергая домыслы и догадки исследователя, собирать и оценивать информацию об изучаемом явлении.

Социологическое исследование служит как бы связующим звеном между теоретическими знаниями и реальной действительностью. Оно помогает устанавливать новые закономерности развития общества в целом или каких-либо его структурных элементов в частности. С его помощью можно решать очень большой круг вопросов и задач, анализируя полученные данные и давая конкретные рекомендации для разрешения проблемы.

Наибольшей популярностью в социологических исследованиях пользуется метод анкетного опроса, который может быть применен для выявления покупательских предпочтений при выборе тех или иных пищевых продуктов. Детальное выявление покупательских предпочтений является исходной основой формирования оптимального ассортимента продовольственных товаров, в том числе и яиц куриных, с необходимым уровнем качества.

Цель нашего исследования – определение, с одной стороны, потенциального объема продаж яиц куриных и оптимального их ассортимента для обеспечения бесперебойного снабжения розничной торговой сети, а с другой стороны, – выявление психологических факторов, воздействующих на принятие покупателем решения о покупке данного товара.

Для выявления предпочтений потребителей и оценки текущего покупательского спроса был подготовлен ряд вопросов, а также сформулированы возможные ответы на них. Это позволило опрашиваемым при минимуме затрат времени ответить на поставленные вопросы, а исследователю упростить процесс обработки собранной информации. Анкетный опрос проводился в устной форме в магазине «Евроопт» ООО «Евроторг» г. Молодечно. Было подготовлено 15 вопросов, опрошено 100 чел. Выборка опрашиваемых осуществлялась методом случайного отбора с обеспечением представительства в ней различных социальных и возрастных групп. Среди опрошенных наибольшую долю составляли рабочие (32%) и служащие (30%), наименьшую – студенты (6%), пенсионеры (16%) и прочие потребители (сельхозработники, индивидуальные предприниматели) – 16%.

Данные анкетирования свидетельствуют о том, что значительная часть опрошенных приобретают яйца несколько раз в неделю (36%) или один раз в неделю (52%), остальные (12% респондентов) приобретают яйца несколько раз в месяц. Больше половины (63%) опрошенных чаще всего приобретают яйца в магазине «Евроопт», остальные – в других магазинах (24%) или на рынке (13%).

Ассортимент и качество яиц, реализуемых в магазине «Евроопт», устраивают 59% опрошенных покупателей, 41% респондентов данные аспекты устраивают частично.

Основными причинами неудовлетворенности ассортиментом яиц в магазине «Евроопт» являются недостаточно широкий ассортимент по видам и категориям яиц (43,9%), высокие цены (29,3%). Остальные покупатели в качестве причин отметили ограниченный ассортимент яиц по изготовителям (17,1%) и прочие (дата изготовления, вид упаковки) – 9,8% (рисунок 1).

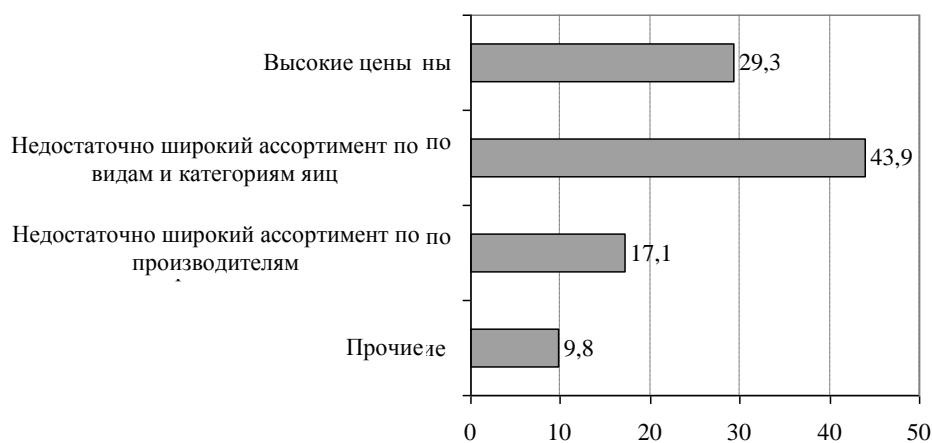


Рисунок 1 – Причины несоответствия ассортимента яиц в магазине «Евроопт» г. Молодечно покупательским предпочтениям, %

В зависимости от вида птицы наиболее востребованными являются яйца куриные (94%). Наименьшим спросом пользуются перепелиные яйца (6%). Как правило, их приобретают для питания детей или приготовления (украшения) праздничных блюд.

По сроку годности и качеству у 32% потребителей наибольшим спросом пользуются яйца диетические, у 19% – яйца столовые; 49% респондентов покупают и диетические, и столовые яйца – в зависимости от наличия в ассортименте, цены, упаковки и других факторов (рисунок 2).

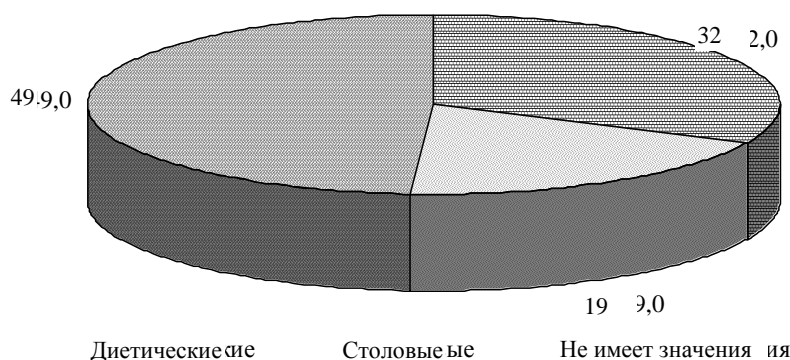


Рисунок 2 – Структура предпочтений потребителей яиц в зависимости от сроков годности и качества, %

Как следует из данных опроса, у покупателей магазина «Евроопт» наиболее востребованы яйца первой категории (39%), примерно одинаковая доля предпочтений приходится на яйца второй и отборной категорий – 21 и 19% соответственно (рисунок 3). Менее востребованы яйца высшей категории (11%) и мелкие (10%). Обогащенные яйца представляют интерес для 26% опрошенных, 41% опрошенных покупателей предпочитают необогащенные яйца (так как они имеют более доступную цену). Как правило, необогащенные яйца предпочитают люди старше 45 лет и (или) покупатели с невысоким уровнем доходов (до 3 млн р.). Остальные (33%) приобретают как обогащенные, так и необогащенные яйца.

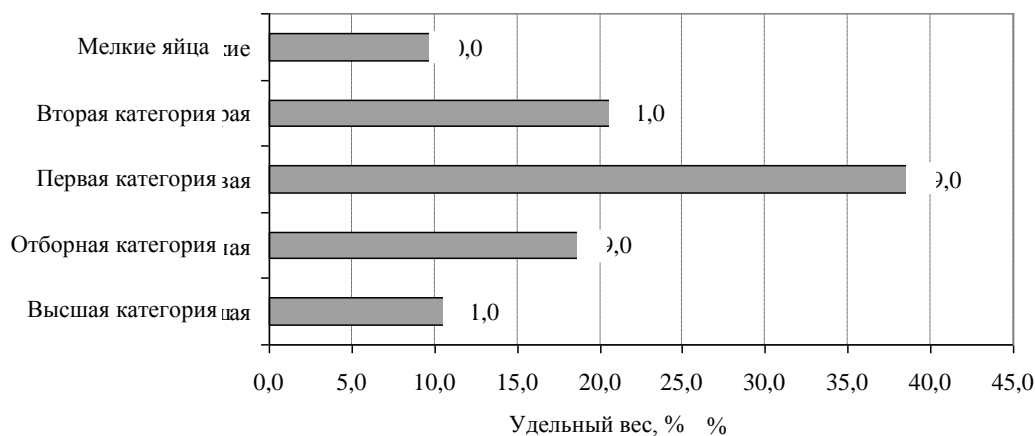


Рисунок 3 – Структура предпочтений потребителей яиц в зависимости от категории

По виду упаковки наиболее востребованными являются контейнеры ПЭТ (72%). Яйца в картонных лотках и полиэтиленовых пакетах востребованы у 11 и 17% соответственно. Наибольшим спросом у покупателей пользуются яйца, упакованные в специальные контейнеры по 10 шт. (60%), по 15 шт. и более (24%). Спрос на упаковку яиц с меньшим количеством также присутствует: 13% опрошенных предпочитает яйца по 6 шт. в упаковке, 3% – по 9 шт.

Для 40% покупателей изготовитель яиц не имеет решающего значения при выборе покупки. Яйца ОАО «Солигорская птицефабрика» чаще всего приобретают 22% респондентов; яйцам ОАО «1-я Минская птицефабрика» отдали предпочтение 17% опрошенных, яйца ОАО «Барановичская птицефабрика» предпочитают 12% опрошенных, яйца ОАО «Гродненская птицефабрика» востребованы у 5% респондентов, яйца ОАО «Гомельская птицефабрика» – у 4% (рисунок 4).

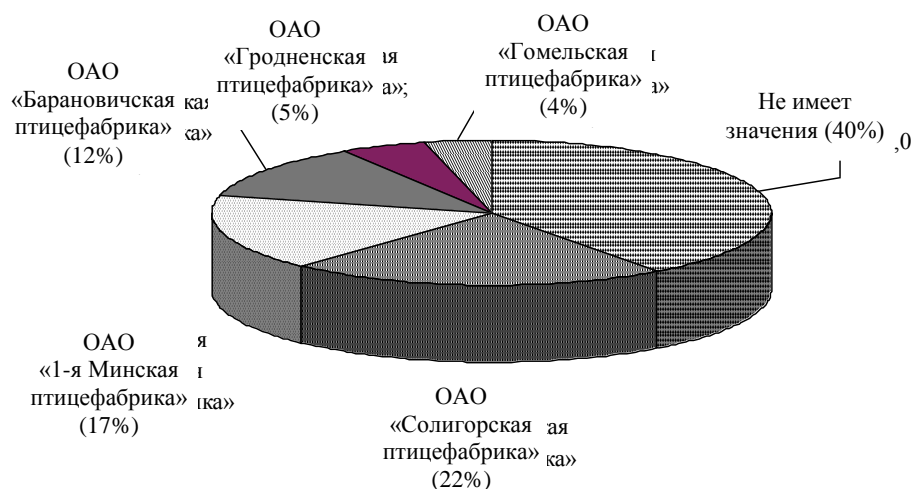


Рисунок 4 – Структура предпочтений потребителей яиц в зависимости от изготовителя

Наиболее важными факторами при покупке яиц, по мнению опрошенных, являются цена (47%), категория (20%) и вид яиц (17%); к наименее важным факторам относятся упаковка (5%), изготовитель (6%) и прочие факторы (способ обогащения, цвет яиц), что показано на рисунке 5.

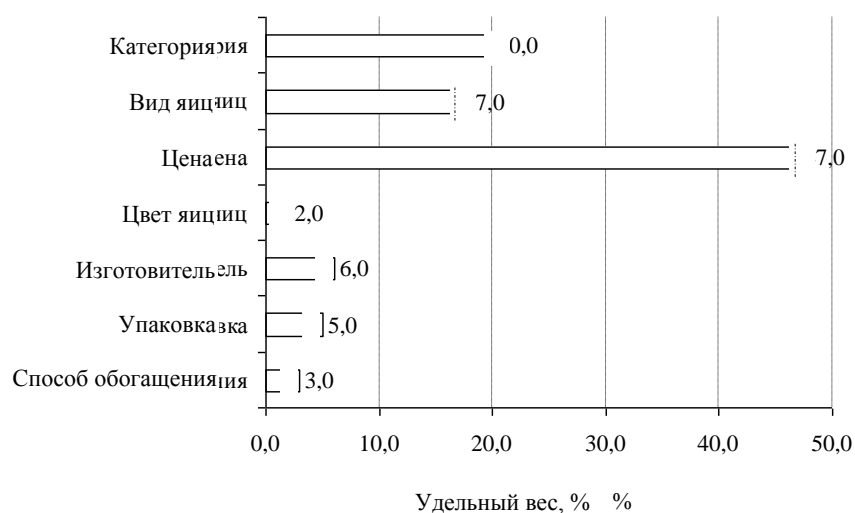


Рисунок 5 – Значимость факторов при выборе яиц

Таким образом, в соответствии с результатами проведенного опроса установлено, что яйца пользуются устойчивым спросом у потребителей, при этом наибольшую часть опрошенных (63%) устраивает ассортимент яиц в магазине «Евроопт» г. Молодечно, и они чаще всего совершают покупку продукта именно в этом магазине. Наиболее востребованы у покупателей яйца столовые и диетические, необогащенные, первой категории, упакованные в специальные контейнеры по 10 и более штук. Большинство покупателей приобретает яйца таких изготовителей, как ОАО «Солигорская птицефабрика» и ОАО «1-я Минская птицефабрика». Кроме того, проведенные социологические исследования позволяют прогнозировать спрос на яйца куриные, отвечающие ожиданиям потребителей, а также способствуют формированию оптимального ассортимента данной продукции.