

14.11.2018)

22. Запись выступления Президента Венесуэлы Николаса Мадуро 3 декабря 2017 года [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.youtube.com/watch?v=QiP7Hf8D1u8> (Дата обращения 14.11.2018)

23. Динамика по налогам на сайте Комитета по Статистике МНЭ РК [Официальный сайт]. – Режим доступа: <http://stat.gov.kz/getImg?id=ESTAT104943> (Дата обращения 14.11.2018)

Аннотация

В статье рассмотрен феномен криптовалют и его влияние на национальные экономики. Показано, что на сегодняшний день криптовалюты не вызывают значительных изменений в экономиках разных стран, поскольку их капитализация не превышает 1% всех денег мира.

Annotation

The article describes the phenomenon of cryptocurrency and its impact on the national economy. It is shown that today cryptocurrencies do not cause significant changes in the economies of different countries, because their capitalization does not exceed 1% of all the money in the world.

Аңдатпа

Мақалада криптовалюта феномені және оның ұлттық экономикаға әсері қарастырылған. Бүгінгі күні крипто-валюта әртүрлі елдердің экономикаларында айтарлықтай өзгерістер тудырмайды, өйткені олардың капитализациясы әлемнің барлық ақшасының 1% - ынан аспайды.

Шквыря Наталья Александровна
к.э.н., доцент кафедры маркетинга

Таврический государственный агротехнологический университет

МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ ПОВЕДЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ НА РЫНКЕ СОКОВ

Маркетинговые исследования являются инструментом, позволяющим изучить вкусы и предпочтения потребителей, определить факторы, влияющие на их поведение при покупке товара. Проведение маркетинговых исследований рынка соков поможет определить направления достижения конкурентных преимуществ товаропроизводителей, составить прогноз, внести коррективы в сбытовую и коммуникационную политики, оптимизировать товарный ассортимент соков.

Для исследования поведения потребителей на рынке соков было проведено анкетирование потребителей соков. Главной целью исследования является определение рыночных потребностей в соках, а также оценка степени удовлетворения спроса на них. Задачи исследования: оценить состояние спроса на соки; провести оценку ценовой и товарной политики предприятия, определить частоту покупки, сформировать модель потребителя соков.

Как показал анализ полученных результатов, 94% респондентов покупают соки. Украинцы чаще всего покупают сок несколько раз в неделю (почти 35%), несколько раз в месяц (29%) и каждый день (12%), по праздникам покупают сок 7% опрошенных. Это свидетельствует о том, что сок является популярным напитком среди потребителей.

Что касается упаковки для соков, то чаще всего покупают сок в упаковке объемом 1л. Однако за последний год наблюдается тенденция увеличения спроса на упаковки 1,5л. и 2л.

Соки в основном рассматриваются как источник удовольствия и полезных веществ. Об этом свидетельствуют те цели, которые преследуются при потреблении данных напитков: так, 54% респондентов пьют соки и нектары для того, чтобы побаловать себя, 41% - чтобы получить необходимые витамины. Больше всего потребителей (43%) потребляют соки как столовый напиток круглый год. Соки в основном покупают одновременно с покупкой других продуктов (64%) и по дороге домой или на работу (21%). Потребляют соки и нектары, как правило, во время завтрака, обеда и ужина. Таким образом, соки и нектары являются неотъемлемым элементом традиционного приема пищи.

Как показывают результаты анкетирования, относительно вкусовых предпочтений на рынке соков, 39% потребителей предпочитают восстановленные соки, 29% - сокосодержащие напитки, 16% - соки прямого отжима, 14% - нектары, 2% - фреши (рисунок 1). Для того чтобы увеличить потребление, производители соков постоянно обновляют ассортимент продукции, создавая новые миксы. На украинском рынке очень широкий ассортимент выбора соков на любой вкус, отличающийся от выбора в других странах.

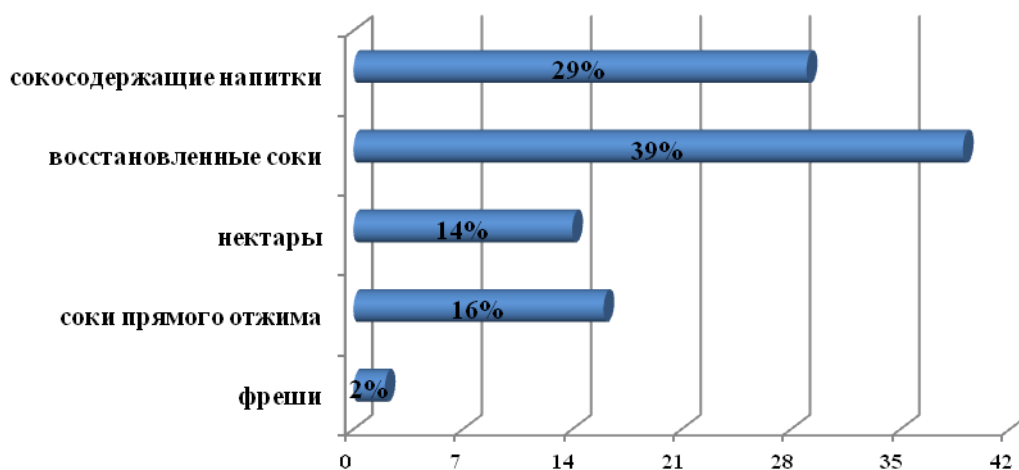
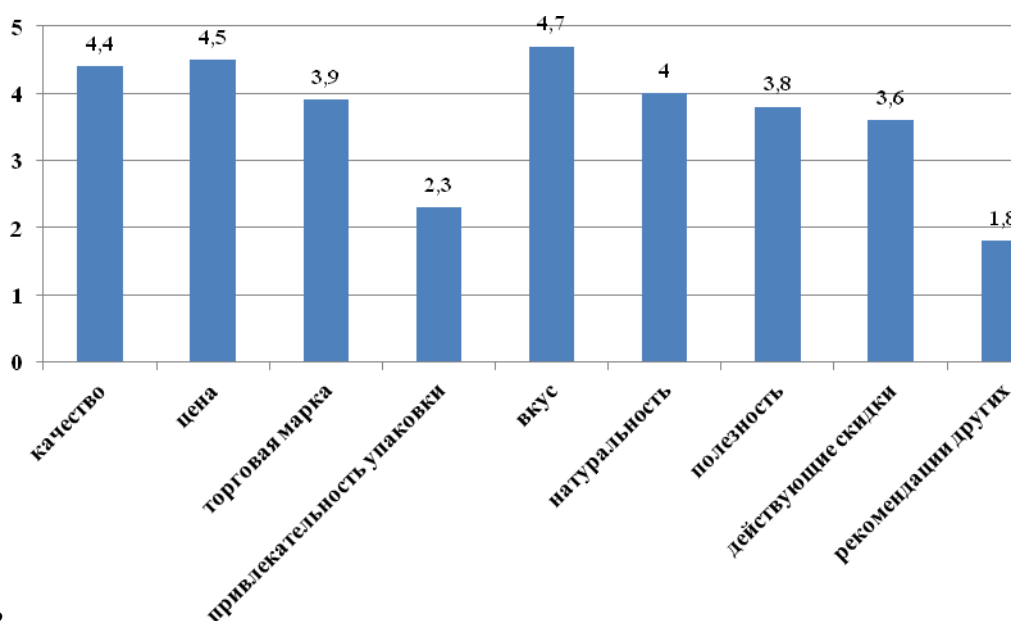


Рис. 1 - Приверженность потребителей к определенным видам соков, %

Наибольшей популярностью среди респондентов пользуется соки со сладким вкусом (52%) и мультивитаминным (30%), соки с кислым вкусом предпочитают 12% опрошенных.

На выбор сока в первую очередь влияет его вкус, дальше цена, качество, натуральность и отсутствие консервантов (рисунок 2).



P

ис.2.

– Приоритеты респондентов при выборе соков

Согласно результатам анкетирования, наиболее популярны соки с яблочным, апельсиновым и мультифруктовым вкусами. Для сегментации рынка по видам соков был использован иерархический агломеративный кластерный анализ. С помощью данного метода были выделены три сегмента вкусов соков

- сегмент наиболее популярных вкусов: апельсиновый, мультифруктовый, персиковый, яблочный, виноградный, ананасовый и другие (1 кластер)

- сегмент вкусов средней популярности: манго, банановый, вишневый, гранатовый и другие (3 кластер)

- сегмент наименее популярных вкусов: лимонный, грейпфрутовый, ягодный, овощная смесь и другие (2 кластер).

При оценке респондентами украинского рынка соков высокие баллы получили широта ассортимента (4,8), вкусы (4,4) и дизайн упаковки (4,0).

Согласно результатам анкетирования качеством существующих на украинском рынке соков удовлетворены 55% респондентов, 45% считают качество сока неудовлетворительным. При определении характеристик соков, которыми недовольны потребители, получили следующие результаты: 44% опрошенных считают, что качество сока ухудшается из-за отсутствия необходимых витаминов, высокая концентрация сахара и искусственными добавками недовольны 29% и 35% респондентов.

Исследования показывают, что наиболее популярным среди украинских потребителей соков является низкий ценовой сегмент - именно его динамика в течение последних лет в значительной мере определяла развитие сокового рынка страны. В настоящее время нижний ценовой сегмент занимают более 70% рынка. Через данный сегмент к потребителям соковой продукции присоединяется и часть жителей Украины, которая ранее по финансовым причинам не могла себе позволить покупать соки. С другой стороны, эксперты отмечают, что бренды среднеценового и премиального сегментов приносят больший доход в расчете на один литр проданной продукции. Более доходные слои потребителей переключаются на премиум сегмент, ими востребованы свежевыжатые соки, соки прямого отжима. Часть потребителей массового сегмента при увеличении доходов и покупательской активности идет в средний ценовой сегмент.

Также было определено, что наиболее популярными местами для покупки соков являются супермаркет, продуктовый магазин и рынок, соответственно 44%, 25% и 12%

респондентов выбрали эти места покупки для сока.

Что касается упаковки, то по результатам исследований видно, что большим спросом пользуются соки в пакетах Tetra Pack (64%). Следует сказать, что на этот вид тары в Украине приходится 85% разлива всех соков. Сок в стеклянной таре выбирают 27% респондентов. Сок в ПЭТ бутылках не пользуются большой популярностью, возможно, это связано с небольшим ассортиментом, представленным на украинском рынке. Только 9% потребителей приобретают соки в пластиковых бутылках.

В результате проведения маркетингового исследования были сформулированы предложения и рекомендации для производителей соков по усовершенствованию их маркетинговой деятельности:

- больше половины потребителей считает, что предприятиям производителям соков необходимо повышать качество и натуральность продукции;
- предприятиям необходимо постоянно расширять и обновлять ассортимент в соответствии с потребностями потребителей;
- производителям соков для увеличения объемов реализации соков рекомендуется повышать узнаваемость торговых марок с помощью коммуникационной политики.

Литература

1. Мандрика В. Оцінка якості фруктових мультівітамінних соків і нектарів / В. Мандрика, А. Самойленко // Товари і ринки. – 2010. – № 1. – С. 127-133. – Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/j-pdf/tovary_2010_1_19.pdf
2. Рибаківа О.В. Маркетингові дослідження регіонального ринку плодів / О.В. Рибаківа// Економіка АПК. - 2012. - №8. - С.126-132.
3. Скибінський С.В. Поведінка споживачів : Навчальний посібник / Станіслав Володимирович Скибінський, Лариса Михайлівна Орел.– Львів : Вид-во Львівської комерційної академії, 2003.– 112 с.
4. Старостіна А.О. Маркетингові дослідження національних і міжнародних ринків: Підручник/ А.О. Старостіна. – К.: ТОВ «Лазарит-Поліграф», 2012. – 480с.

Аннотація

Определены особенности поведения потребителей соков, учитывая их потребительские предпочтения, мотивы, структуру потребления и систему распределения доходов. Выявлены основные детерминанты влияния на принятие решения о покупке.

Annotation.

The features of the behavior of juice consumers, given their consumer preferences, motivations, consumption patterns, income distribution system are determined. The basic determinants of influence on purchasing decisions are identified.