Морозова А.С.

обучающаяся 1курса, группа ПВКД-411

ОГПОБУ «Технологический техникум»

 г. Биробиджан

Научный руководитель: Лукина Н.Н.,

преподаватель специальных дисциплин

Маркетинговые исследования соевой продукции в сети супермаркетов

 г. Биробиджана

Маркетинговые исследования - это процесс, который обеспечивает связь организации с потребителями и общественностью через информацию. В ходе маркетингового исследования получают информацию, которая необходима для решения имеющихся проблем.

Маркетинговые исследования являются важной частью системы, обеспечивающей получение информации о нуждах потребителей, а также сведения, которые помогут определить, каким образом эти потребности можно удовлетворить наиболее эффективно.

Актуальность выбранной темы обусловлена тем, что Дальневосточный регион занимает лидирующее положение среди регионов России по производству сои и предложению продуктов из данной масличной культуры. Среди белковых компонентов растительного происхождения, применяемых в производстве комбинированных пищевых продуктов, наибольшее распространение получили белки сои, которые имеют высокие функциональные свойства и пищевую ценность. Производство продуктов переработки сои в Российской Федерации имеет устойчивую тенденцию к росту. В настоящее время соевые продукты широко распространены во всем мире, интерес к ним постоянно растет.

Понимание потребителей - кто они, как себя ведут, почему ведут себя именно так, каковы их потребности, какой будет их вероятная реакция в будущем - центральный момент маркетинговых исследований.

и нами проведено исследование по изучению предложений соевой продукции в сети супермаркетов г. Биробиджана и потребности в ней населения и возможных перспектив развития.

Объект исследования:

Востребованность соевой продукции жителями города Биробиджана

Предмет исследования:

Цель работы – изучение предложений соевой продукции в сети супермаркетов г. Биробиджанаи потребности населения в данном сегменте продукции.

Гипотеза: Соевая продукция в супермаркетах г. Биробиджана пользуется спросом у населения.

Задачи исследования:

- проведение маркетинговых исследований с целью определения ассортимента соевой продукции в супермаркетах г. Биробиджана;

- проведение анкетирования населения г. Биробиджана с целью получения данных о спросе и потреблении соевой продукции.

- изучение характеристики соевой продукции, ее положительных и отрицательных качеств.

Методы исследования: общетеоретический, социологический, эмпирический, аналитический.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Сеть супермаркетов** | **Наименования продукта** | **Производитель** |
| «Гигант» |  Соевый соус «ТЕРИЯКИ» | ООО «ССОСТРА», Россия, 143514, Московская обл, Истринский р-н, д. Бужарова, ул. Центральная, д. 21 |
| Cыр «Тофу» листовой  | ООО «ТофуАмур 2.0», Амурская область, г. Благовещенск, ул. Полевая 22 литер А1 |
| Соевое молоко «Dr.Couep» | АО «ДАКГОМЗ», Россия,681007, г. Комсомольск –на-Амуре, ул. Радищева 2  |
| Масло соевое «Знатное семейство» | ООО «Амурагроцентр», 675002, Россия, Амурская область, г. Благовещенск, ул. Амурская, 17 |
| «Великан» | Соевый соус «крабовый» | ООО « ССОСТРА», Россия, 143514, Московская обл, Истринский р-н, д. Бужарова, ул. Центральная, д. 21 |
| Соевое мясо «СОЯМ» | ООО «Амур -АЭ», Россия, 675000, Амурская область, г. Благовещенск, ул. Текстильная |
| Масло соевое «Знатное семейство» | ООО «Амурагроцентр», 675002, Россия, Амурская область, г. Благовещенск, ул. Амурская, 17 |
| Молоко соевое «Dr.Couep» | АО «ДАКГОМЗ», Россия,681007, г. Комсомольск -на-Амуре, ул. Радищева 2 |
| Сыр «Тофу» копченый  | ООО «ТофуАмур 2.0», Амурская область, г. Благовещенск, ул. Полевая 22 литер А1 |
| «Пенсионер» | Соевый соус «Классический» | «MaeilFoodsCo, Ltd», 292 Seonpyeong-ri, Seomyeon, Suncheon, Jeonnanamdo, Республика Корея  |
| Соевое мясо «СОЯМ» | ООО «Амур - АЭ», Россия, 675000, Амурская область,г. Благовещенск, ул. Текстильная |
| Масло соевое «Филевское» | ООО « ФИЛИ», 1214667, г. Москва, ул. Молодогвардейская 4, корп. 1,оф. 2 |
| Сыр «Тофу» классический  | ООО «ТофуАмур 2.0», Амурская область, г. Благовещенск, ул. Полевая, 22литер А1 |

Эмпирическим методом нами проведено маркетинговое исследование ассортимента соевых продуктов, изучение данных об их производителях с выявлением возможных перспектив продвижения соответствующей продукции и появления на рынке продовольствия новых видов товаров из сои.

Нами изучен ассортимент соевой продукции в супермаркетах города Биробиджана: «Гигант», «Великан» и «Пенсионер».

В супермаркете «Гигант» в продаже имеется соевый соус «Терияки», сыр «Тофу» листовой и масло соевое «Знатное семейство». В супермаркете «Великан»: соевый соус «Крабовый», соевое мясо «Соям», масло соевое «Знатное семейство», молоко соевое «Dr.Couep», сыр «Тофу» копченый. В супермаркете «Пенсионер» - соевый соус «Классический», соевое мясо «Соям», масло соевое «Филевское», сыр «Тофу» классический. Нами выявлено, что супермаркеты предлагают покупателю различный ассортимент соевой продукции, что дает потребителям возможность выбора.

Методом социологического опроса в форме анкетирования проведено маркетинговое исследование мнения населения города Биробиджана с целью выявления интереса к продукции из сои и ее потребления.

В данном опросе приняли участие 66 % женщин, и 34 % мужчин.

Анкетирование проведено среди жителей города Биробиджана разных возрастов от 16 до 60 лет. Из них в возрасте от 16 до 26 лет – 52% опрошенных, в возрасте от 26-35 лет -24% опрошенных, от 36-45 лет - 10 % опрошенных, 46-60 лет –8% опрошенных, от 60 лет – 6% опрошенных, что свидетельствует о выборке респондентов всех возрастов.

В ходе маркетинговых исследований нас интересовал вопрос: как часто жители города покупают соевую продукцию.

Анализ полученных результатов опроса респондентов показал, что из 100 процентов опрошенных покупают соевую продукцию: один раз в месяц – 44 %; 1 раз в неделю -15 %, каждый день – 6 %, не покупают вообще 35 % опрошенных, что подтверждает недостаточную востребованность соевой продукции на рынке продовольствия г. Биробиджана, и ставит перед торговыми предприятиями города задачу проведения просветительской рекламной работы с населением, а также расширения ассортимента товаров из сои, в том, числе, продукции собственного производства.

В ходе обработки анкет получены следующие данные: 65% жителей покупают соевую продукцию, из них, в супермаркетах –16 %, в обычных магазинах -26 %, на рынке – 6%, в специализированных местах- 10%, в прочих местах (ларьки, торговые точки) –7%., анализ которых позволяет сделать вывод, что супермаркеты могут увеличить число покупателей соевой продукции за счет расширения ассортимента данного вида продукции, проведения рекламных акций, продукции собственного производства и ценовой политики.

В ходе исследований выявлено, что из 100 % опрошенных предпочтение сое отдают вегетарианцы, гурманы и пенсионеры, мотивируя покупку и употребление соевой продукции следующим:

- 65 % респондентов употребляют соевую продукцию, потому что считают, потребление продуктов на основе сои способно помочь при похудании из-за отсутствия в них жира и благодаря высокому содержанию белка;

- 10% опрошенных считают, что соевые продукты обладают полезными свойствами воздействия на деятельность сердечно-сосудистой системы;

- 7 % респондентов верят, что продукты из сои способны понижать уровень холестерина в крови;

- 18 % делают выбор в пользу данного продукта, исходя из цены.

Вместе с тем, полученные результаты показали, 73% респондентов, практически мало или ничего не знают о соевой продукции, а также руководствуются мифами об особенностях и органолептических показателях продуктов из сои отталкивают потребителей.

Эти данные позволили продолжить исследование и выяснить положительные и отрицательные качества соевой продукции и влияние их на здоровье человека.

Используя теоретический метод, изучена информация из электронных источников, которая доказала, что действительно, продукты из сои имеют полезные свойства. Соевые бобы содержат в два раза больше белка, чем свинина, в три раза больше, чем яйца, и в 12 раз больше, чем молоко. Соя богата витаминами (B1, B2, B3, B5, B6, B9, C),минералами (кальций, фосфор, железо, магний, калий и цинк), незаменимыми жирными кислотами омега-3 и омега-6 и фитонутриентами, содержит каротин и фолиевую кислоту. По мнению многих диетологов, коэффициент усвоения белка сои эталонный, поэтому пища из соевых бобов способна заменить мясо.

При ее потреблении можно значительно снизить риски развития онкологии, сахарного диабета, атеросклероза, болезней органов ЖКТ. Выясняя, чем полезна соя, стоит отметить, что она эффективно восполняет дефицит нутриентов и позволяет получить множество благотворных эффектов:

- ускорить обмен веществ;

- нормализовать уровень холестерина и глюкозы в крови;

- замедлить старение клеток;

- улучшить работу мозга, нервной системы, сосудов и сердца;

- предупредить анемию;

- стабилизировать функции пищеварительной системы;

- избавиться от бессонницы;

- повысить плотность костной ткани (профилактика остеопороза);

- снизить количество жира в печени;

- повысить скорость мышления, улучшить внимание, память.

Одновременно, употребление этих продуктов имеет ряд вредных влияний на людей, имеющих заболевания:

- соевые продукты содержат гойтрогены, которые блокируют синтез гормонов щитовидной железы и нарушают метаболизм Йода, а также ингибиторы пищеварительного фермента - трипсина, употребление которых со временем может привести к нарушению нормальной функции щитовидной железы и болезням поджелудочной железы;

- продукты из сои содержат большое количество нитратов и тяжелых металлов, полученных в результате неразумного использования производителями химических удобрений, которые токсичны для нервной системы и почек.

Если сравнивать пользу и вред сои для здоровья человека, то ее полезные свойства значительно преобладают.

Эти данные свидетельствуют о том, что необходимо проведение разъяснительной и просветительской работы с населением с целью расширения потребления продуктов из сои в рационе питания граждан.

Вместе с тем, интерес к приобретению и употреблению продуктов из сои среди респондентов не падает, что подтверждается следующими результатами опроса: 40% опрошенных предпочитают видеть на прилавках магазина хлеб с соевыми добавками, 25% - соевые конфеты, 20% - кисло-молочные напитки с соевыми добавками, 15% - соевые чипсы.

В данной работе дан анализ маркетинговых исследований, проведенных в сети супермаркетов г. Биробиджана, в ходе которого выявлены данные о предложении соевой продукции в сети супермаркетов г. Биробиджана и потребности населения в ее потреблении и изучена характеристика соевой продукции, ее положительных и отрицательных качеств.

Проведенные исследования подтвердили нашу гипотезу: Соевая продукция в супермаркетах г. Биробиджана пользуется спросом у населения, показали интерес населения к имеющейся соевой продукции и ее востребованность, выявили возможные перспективы удовлетворения спроса на данный вид продукции торговой сетью г. Биробиджана и расширение ее ассортимента, а также необходимость просвещения населения о полезных свойствах и вреде сои.

Информация, которая была получена нами в результате проведения маркетингового исследования, способствует разработке адекватных стратегий продаж и потребления населением продуктов из сои и мы планируем в ходе предстоящей учебной практики в супермаркетах г. Биробиджана познакомить с этой информацией менеджеров организации.