

ВИЯВЛЕННЯ СПОЖИВАЦЬКИХ ВПОДОБАНЬ ПОКУПЦІВ СОКОВОЇ ПРОДУКЦІЇ ШЛЯХОМ АНКЕТУВАННЯ

Студ. Чабан О.В.

Наук. керівник доц. Кордзая Н.Р.

Одеська національна академія харчових технологій

На кафедрі маркетингу, підприємництва та торгівлі Одеської національної академії харчових технологій було проведено маркетингові дослідження споживацьких вподобань щодо купівлі та споживання сокової продукції вітчизняного виробництва.

Опитування респондентів проводилось протягом 3 днів серед відвідувачів торгових мереж м. Одеси. Тривалість опитування – 3-5 хвилин. Метод проведення опитування – анкетування - випадковий відбір респондентів серед відвідувачів і покупців магазинів у формі стандартизованого інтерв'ю «віч-на-віч».

В анкетуванні взяли участь 40 осіб різного віку, статі, роду занять, матеріального та родинного стану, а також рівня освіти.

У результаті проведених досліджень вдалося з'ясувати, які торгові марки соку є найбільш уживаними. Вживанню соку торгової марки «Jafa»(32,35%), та торгової марки «Sandora» (32,35%) віддала перевагу абсолютна більшість респондентів, незалежно від статку, віку, роду занять та статі, а саме 31,05 % респондентів. Дещо менше покупців обрали сокову продукцію торгової марки «Садочок» (23,55 %). На останньому місці за вживаністю опинився сік торгової марки «Rich» (11,76 %), іншим торговим маркам віддали перевагу дещо більше 5,6 % опитуваних.

Найбільш вживаним виявився сік фруктовий (64,21%). Менш вживаним є сік овочевий (35,29%).

Проведені маркетингові дослідження показали, що в залежності від смаку фруктового соку, серед респондентів найбільшою популярністю користується сік апельсиновий (35 % респондентів). Трохи менший відсоток споживачів віддали перевагу яблучному – (25%) відповідно, іншим смакам надали перевагу 7% опитуваних.

В залежності від смаку овочевого соку, серед респондентів найбільшою популярністю користується сік морквяний (46 % респондентів). Трохи менший відсоток споживачів віддали перевагу томатному – (25%) відповідно.

Різні варіанти відповідей були отримані на запитання «На що Ви звертаєте увагу при виборі соку?». Більшість респондентів у числі пріоритетних факторів називали насамперед вартість продукту, його зовнішній вигляд, смакові якості та інше.

Частота споживання сокової продукції вимірювалася у відсотках від числа респондентів. Отримані результати показали, що 29,41 % респондентів споживають сік тільки по святах, 23,53% кожен день, 17,65% – 2-3 рази в тиждень. Результати дослідження свідчать, що сокова продукція є досить затребуваним продуктом.

Що стосується виду фасування, виявлено, що 200-500 мл і 1 л – найбільш популярна упаковка продукції. Проте, найменш затребуваною є найбільша упаковка фасування у 2 л.

Виявлено, що споживачі надають перевагу полімерній тарі 41,18%. Вони вважають, що полімерна тара є найбільш зручнішою для вживання соку, а тетрапакеети схвалюють трішки більше 35,29% споживачів.