УДК 663.86

# ИЗУЧЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ПРЕДПОЧТЕНИЙ БЕЗАЛКОГОЛЬНЫХ НАПИТКОВ НА РЫНКЕ НОВГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ

**Петрова А.С., Самарина П.Д.**

*Новгородский государственный университет им. Ярослава Мудрого, Великий Новгород, e-mail: pv.anna2014@yandex.ru*

В данной статье автор показывает результаты маркетингового исследования, проведенного кафедрой технологии переработки сельскохозяйственной продукции Новгородского государственного университета, с целью выявления потребительских предпочтений населения Новгородской области в отношении путей расширения ассортимента безалкогольных напитков за счет использования местного натурального сырья (дикорастущих ягод клюквы, брусники, черники и др.).

**Ключевые слова: потребительские предпочтения, маркетинговые исследования, безалкогольные напитки.**

# STUDY OF CONSUMER PREFERENCES ON THE MARKET OF SOFT DRINKS NOVGOROD REGION

**Petrov A.S., Samarin P.D.**

*Novgorod State University. Yaroslav the Wise, Velikiy Novgorod, e-mail: pv.anna2014@yandex.ru*

In this article, the author shows the results of market research conducted by the department of technology of processing of agricultural products, Novgorod State University, to identify consumer preferences of the population of the Novgorod region on ways to expand the range of non-alcoholic beverages through the use of local natural materials (wild cranberries, cranberries, blueberries, etc.).

**Keywords: consumer preferences, market research, non-alcoholic beverages.**

В Великом Новгороде и Новгородской области производством минеральных вод и других безалкогольных напитков занимается ряд предприятий. Среди них такие предприятия как: ОАО «Дека», ООО «Усполонь», ООО «Ультра-Н», ООО «Боровичская минеральная вода», ООО «Старорусский пищекомбинат» и др. Высокое качество продукции местных производителей обуславливает их популярность у местного населения. Помимо безалкогольных напитков, в ассортименте Новгородских предприятий присутствуют минеральные воды, которыми богата область. На всей территории области особенно велики запасы хлоридных натриевых вод.

С целью выявления потребительских предпочтений населения Новгородской области в отношении путей расширения ассортимента безалкогольных напитков за счет использования местного натурального сырья (дикорастущих ягод клюквы, брусники, черники и др.), кафедрой технологии переработки сельскохозяйственной продукции НовГУ было проведено маркетинговое исследование. Для этого была разработана анкета и проведен социологический опрос потребителей.

Выборка проводилась по типу невероятностных выборок методом «снежного кома», т.е. у каждого респондента, начиная с первого, запрашивались контакты его друзей, знакомых, которые могли бы принять участие в исследовании. Таким образом, выборка формировалась с участием самих объектов исследования.

Всего нами было опрошено 270 человек, из которых 90 мужчин и 180 женщин. Таким образом, большую часть респондентов – 66,7% – составили женщины.

Численность населения Великого Новгорода на 1 января 2015 года по данным Всероссийской переписи составила 221 954 человек [1], таким образом, статистическая ошибка выборки (с 95% доверительной вероятностью) составила 5,96%.

Структура выборки по возрасту и роду занятий представлена на рисунке 1.

Согласно данным рисунка 2, при выборе безалкогольных напитков 39% респондентов отметили чай и кофе, 35% – питьевую воду, 12% – соки и нектары, 9% респондентов – минеральные воды и 5% предпочитают лимонады.

При оценке удовлетворенности качеством предлагаемого ассортимента безалкогольных напитков мнения респондентов разделились следующим образом: 34% респондентов полностью удовлетворены качеством, 59% – скорее да, чем нет, 7% – категорически не удовлетворены (рис. 3).

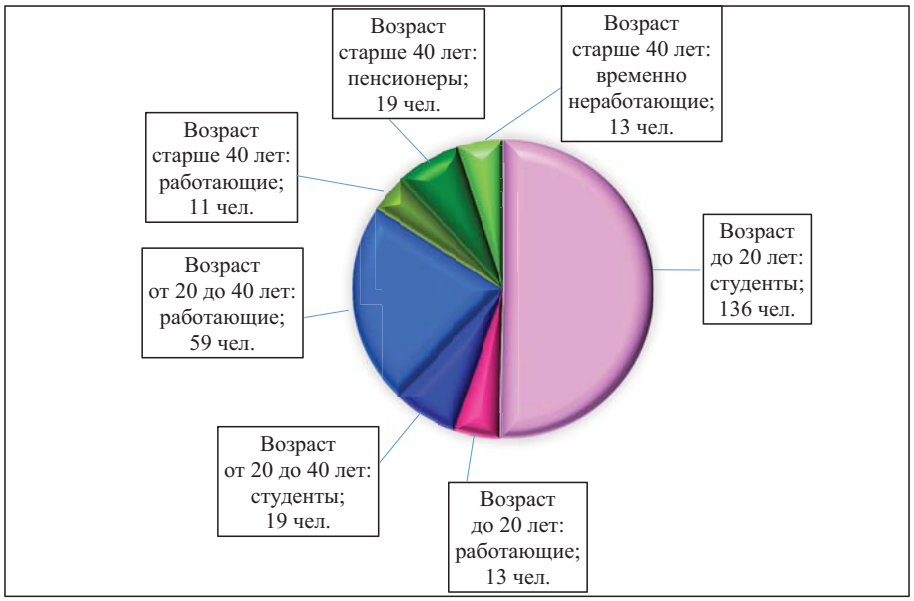


*Рис. 1. Структура выборки по возрасту и роду занятий*

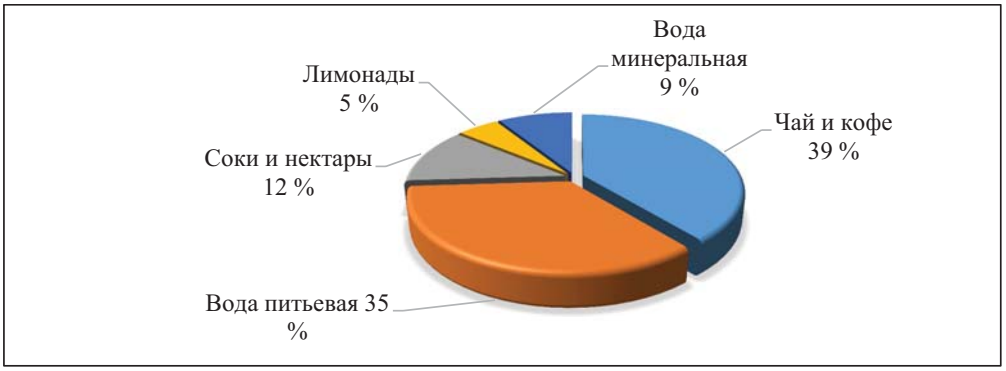


*Рис. 2. Предпочтения при выборе безалкогольных напитков*

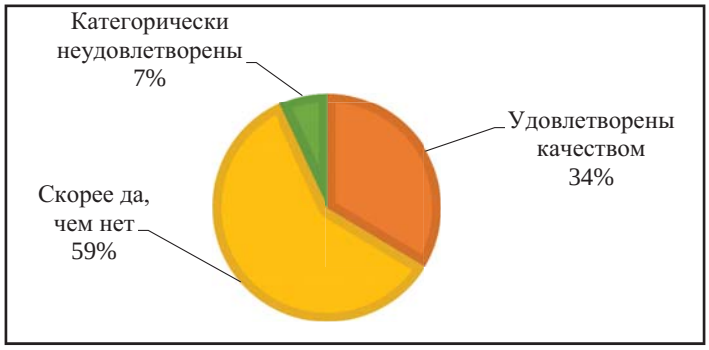


*Рис. 3. Удовлетворенность качеством предлагаемого ассортимента безалкогольных напитков*

Ассортимент предлагаемых безалкогольных напитков полностью удовлетворяет 62% респондентов, недовольны ассортиментом – 29% и затруднились ответить – 9% (рис. 4).

На вопрос: «Изменилось ли количество потребляемых Вами безалкогольных напитков за последний год в связи с кризисом?» 41% респондентов ответили, что это количество уменьшилось, у 47% – не изменилось и 12% – затруднились ответить (рис. 5).

42% считают цены на безалкогольные напитки чрезмерно завышенными, для 47% респондентов – цена соответствует их ожиданиям и 11% – затруднились ответить на этот вопрос (рис. 6).

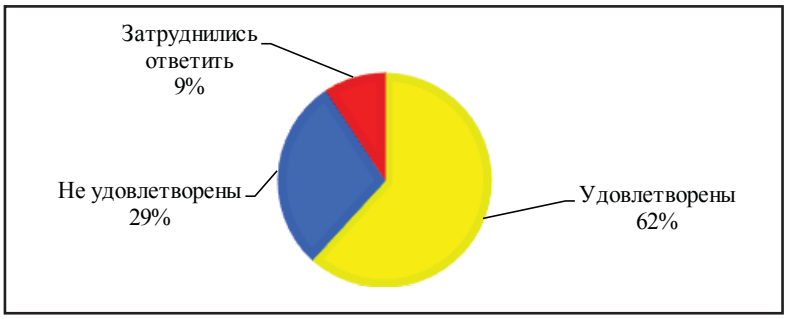


*Рис. 4. Удовлетворенность ассортиментом безалкогольных напитков*

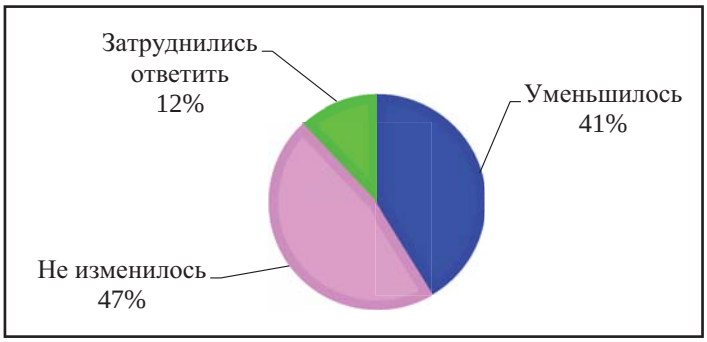


*Рис. 5. Изменение потребления безалкогольных напитков*

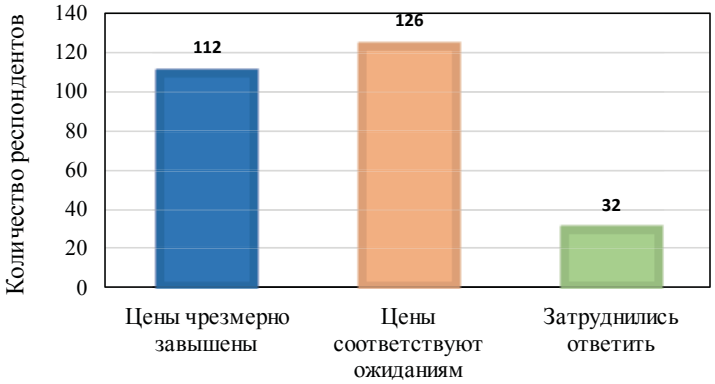


*Рис. 6. Соответствие цены безалкогольных напитков ожиданиям потребителей*

На вопрос – хотели бы Вы приобретать безалкогольные напитки, приготовленные с использованием натурального сырья – 87% респондентов ответили положительно, у 13% такая продукция не вызвала интереса (рис. 7).

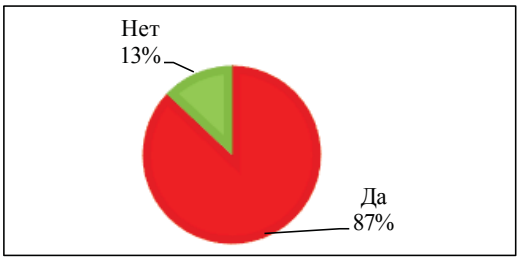


*Рис. 7. Заинтересованность потребителя в безалкогольных напитках, изготовленных с применением натурального сырья*

Таким образом, можем констатировать, что в Новгородской области сегодня – на волне массового интереса потребителей к здоровому питанию, увлеченностью функциональными продуктами инновации в области производства безалкогольных напитков расположены в области применения натурального сырья с использованием соков, настоек, $CO_2$-экстрактов и др.

В результате проведенного нами маркетингового исследования установлено, что 87% респондентов заинтересованы в появлении таких безалкогольных напитков. Следовательно, наши исследования подтверждают актуальность работ, направленных на разработку рецептур и технологий безалкогольных напитков для Новгородских предприятий с применением местного натурального сырья.

**Список литературы**

1. Великий Новгород // ВикипедиЯ. Свободная энциклопедия. – URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Великий_Новгород (Дата обращения: 25.11.2015 г.).