

ИССЛЕДОВАНИЕ ТОВАРНОГО ПРЕЛОЖЕНИЯ РЫНКА ПРОДУКТОВ ИЗ МЯСА ИНДЕЙКИ

Н. С. Моисеева, О. К. Мотовилов

Приведены результаты исследования товарного предложения рынка продуктов из мяса индейки в г. Новосибирск. Проведены исследования 228 торговых предприятий в крупнейших, а также популярных торговых сетях г. Новосибирск: сеть супермаркетов «Быстроном», «Добрянка», «Холидей Классик», «Ярче!», «Лента», «Мария-РА», «Бахетле», гипермаркеты «Гигант», «Ашан», «Магнит», «Метро Кэш энд Керри», сеть универсамов «Горожанка». Ассортимент продукции, реализуемый в крупнейших торговых предприятиях, составил 41 наименование. Представлена структура ассортимента по производителям. Исследовали такие показатели свойств ассортимента, как широта действительная и базовая, полнота действительная и базовая. Также определены их показатели: показатель широты действительный, показатель широты базовый, коэффициент широты, показатель полноты действительный, показатель полноты базовый, коэффициент полноты. В результате анализа полученных данных выявлено, что ассортимент продуктов из мяса индейки в торговых предприятиях г. Новосибирск является недостаточно широким. Установлено, что во всех торговых предприятиях значение коэффициента полноты ниже оптимального, что говорит о низкой насыщенности ассортимента продуктов из мяса индейки по торговым маркам. Выявлено, что основная масса продуктов представлена полуфабрикатами.

Ключевые слова: рынок, товарное предложение, продукты из мяса индейки, широта ассортимента, полнота ассортимента, структура ассортимента, потребности покупателей, торговые предприятия, торговые марки, производители.

ВВЕДЕНИЕ

Повышение спроса потребителей на мясные продукты может происходить за счет появления на рынке новой, натуральной и, что немаловажно, еще и качественной продукции, так как в настоящее время люди начали больше внимания уделять своему питанию, делая его рациональным и сбалансированным. Ввиду сложившихся потребительских предпочтений, продукты из мяса индейки вполне могут удовлетворять потребностям покупателей [1].

Цель исследования – исследование товарного предложения рынка продуктов из мяса индейки в г. Новосибирск.

МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЙ

Для проведения исследования товарного предложения рынка продуктов из мяса индейки использован метод наблюдения в крупнейших торговых предприятиях г. Новосибирск, которые обладают схожим ассортиментным рядом [2].

Проведены исследования 228 торговых предприятий в крупнейших, а также популярных торговых сетях, которые представлены

торговыми центрами, гипермаркетами, супермаркетами, универсами и другими различными торговыми предприятиями: сеть супермаркетов «Быстроном», «Добрянка», «Холидей Классик», «Ярче!», «Лента», «Мария-РА», «Бахетле», гипермаркеты «Гигант», «Ашан», «Магнит», «Метро Кэш энд Керри», сеть универсамов «Горожанка».

Были исследованы такие показатели свойств ассортимента, как широта (действительная и базовая) и полнота (действительная и базовая). Также определены их показатели:

– показатель широты действительный, $\Pi_{д}$ (количество наименований товаров, имеющих в наличии);

– показатель широты базовый, $\Pi_{б}$ (базовое количество наименований, принятое за основу для сравнения);

– коэффициент широты, $K_{ш}$ (процентное выражение отношения широты действительной к широте базовой);

– показатель полноты действительный, $\Pi_{д}$ (количество наименований товаров однородной группы);

– показатель полноты базовый, P_6 (базовое количество наименований однородной группы, принятое за основу для сравнения);

– коэффициент полноты, K_n (процентное выражение отношения полноты действительной к полноте базовой) [3].

РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЙ

Косвенным показателем насыщенности рынка является ширина ассортимента, с по-

мощью которой можно судить о возможности удовлетворения различных потребностей покупателей товарной продукцией (табл. 1).

Ширина ассортимента продуктов из мяса индейки в исследуемых торговых организациях является небольшой. Из всех организаций можно выделить только «Ашан» и «Лента», значения коэффициентов которых равны 34 % и 26 % соответственно.

Таблица 1 – Ширина ассортимента продуктов из мяса индейки

Наименование торговой организации	Ширина базовая, ШБ	Ширина действительная, ШД	Коэффициент ширины, Кш, %
«Метро Кэш энд Керри»	41	5	12
«Быстроном»		4	9
«Холидей Классик»		1	2
«Горожанка»		2	4
«Ярче!»		2	4
«Магнит»		2	4
«Лента»		11	26
«Мария-Ра»		1	2
«Бахетле»		7	17
«Ашан»		14	34

Самые низкие показатели свойств ассортимента имеют предприятия «Холидей Классик» и «Мария-Ра» – по 2 % каждый. Остальные же организации также имели низкие значения коэффициента ширины (от 4 % до 17 %). В результате анализа полученных данных необходимо отметить, что ассортимент продуктов из мяса индейки в торговых предприятиях г. Новосибирск является недостаточно широким.

Удовлетворение потребностей потребителей при выборе продуктов из альтернативных товаров определяется полнотой ассортимента, напрямую зависящей от ширины по признакам, формирующих ассортимент. Показатели полноты ассортимента продуктов из

мяса индейки по торговым маркам г. Новосибирск представлены в таблице 2.

Наиболее полно представлен ассортимент по торговым маркам продуктов из мяса индейки в магазинах «Метро Кэш энд Керри» и «Магнит», показатели коэффициента полноты которых составили по 22 % каждый. Самые низкие показатели имеют такие торговые предприятия, как «Холидей Классик», «Горожанка», «Ярче!» и «Мария-Ра» – по 5 %. В результате анализа полученных данных можно сделать вывод, что во всех торговых предприятиях значение коэффициента полноты ниже оптимального, что говорит о низкой насыщенности ассортимента продуктов из мяса индейки по торговым маркам.

Таблица 2 – Полнота ассортимента продуктов из мяса индейки по торговым маркам

Наименование торговой организации	Полнота базовая, ПБ	Полнота действительная, ПД	Коэффициент полноты, Кп, %
«Метро Кэш энд Керри»	18	4	22
«Быстроном»		2	11
«Холидей Классик»		1	5
«Горожанка»		1	5
«Ярче!»		1	5
«Магнит»		2	11
«Лента»		4	22
«Мария-Ра»		1	5
«Бахетле»		3	16
«Ашан»		3	16

ИССЛЕДОВАНИЕ ТОВАРНОГО ПРЕДЛОЖЕНИЯ РЫНКА ПРОДУКТОВ ИЗ МЯСА ИНДЕЙКИ

На рисунке 1 представлена структура ассортимента продуктов из мяса индейки, реализуемых в торговых предприятиях г. Новосибирск по производителям. Исследуемый ассортимент, состоящий из 41 наименования изделий из мяса индейки, был произведен 18 российскими производителями, 22 % из кото-

рых являются Новосибирскими, 32 % – г. Омск, 12 % – г. Ростов-на-Дону, 8 % – г. Пенза, по 5 % – производители из г. Москва, г. Санкт-Петербург и Тамбовской обл., а также 5 производителей (каждый по 2 %), расположенных в Тульской обл., Республике Мордовии, г. Саратов, г. Томск и г. Красноярск.

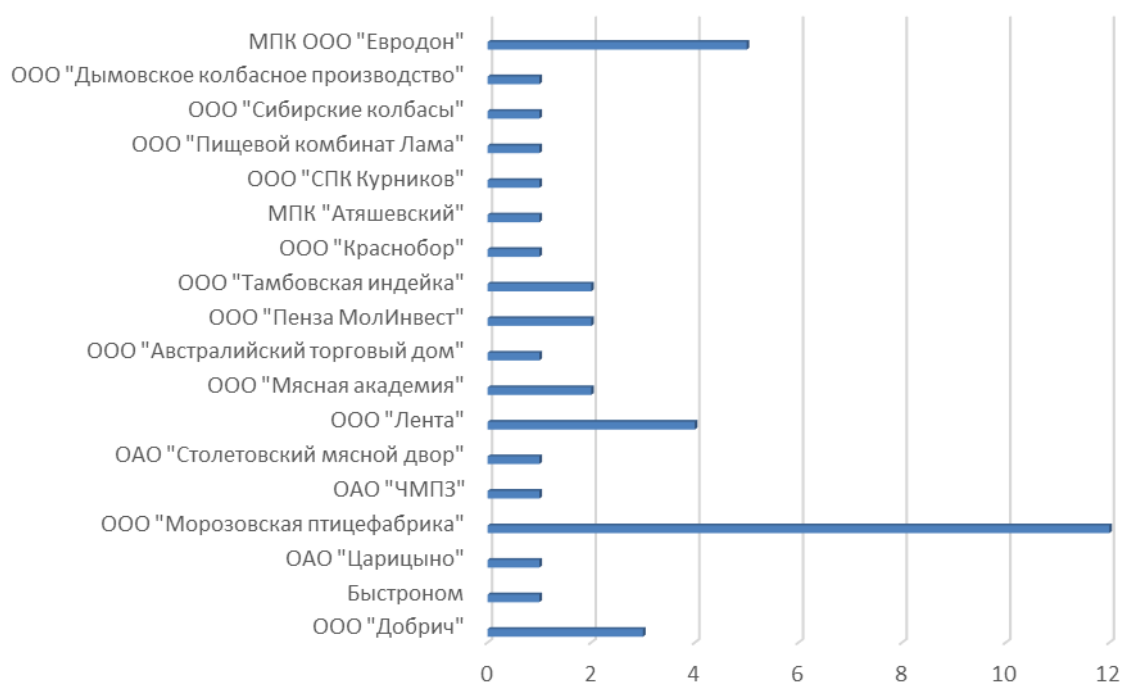


Рисунок 1 – Структура ассортимента продуктов из мяса индейки, реализуемых в торговой сети г. Новосибирск, по производителю

Лидирующую позицию на розничном рынке г. Новосибирск по количеству наименований продуктов из мяса индейки одного производителя занимает ООО «Морозовская птицефабрика», которая предлагает 12 различных изделий. На втором месте оказалось 5 видов продуктов мясоперерабатывающего комплекса ООО «Евродон». Третье место занимает собственное производство торговой сети ООО «Лента», реализующей 4 наименования продукции. Остальные же производители предлагают от 1 до 3 видов продуктов в исследуемых торговых предприятиях. Следует сделать вывод, что ассортимент продуктов у каждого производителя является небольшим.

Важно отметить, что в основном продукция из мяса индейки, реализуемая в г. Новосибирск, представлена полуфабрикатами. Так, из 41 наименования продуктов, продаваемых в исследуемых торговых предприятиях, 34 является полуфабрикатами, которые перед употреблением в пищу следует довести до готовности, 5 продуктов представлены

ветчинными изделиями варено-копченой обработки (способа приготовления), 1 продукт – сырокопченый (карпаччо) и еще 1 продукт, готовый к употреблению – голень индейки «Гриль».

Подводя итог исследованию ассортимента продуктов из мяса индейки, реализуемых в торговых предприятиях г. Новосибирск, можно сделать следующие выводы:

1. Товарный рынок представлен различными товарными марками и производителями.

2. На рынке в основном представлена продукция в виде полуфабрикатов, вследствие чего перспективным направлением может быть производство деликатесных продуктов из мяса индейки повышенной пищевой и биологической ценности.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Чиков, А. Перспективы индейководства на Кубани / А. Чиков, Е. Назаров, Д. Осенчук // Птицеводство. – 2010. – № 5. – С. 49–50.

2. Уварова, В. И. Социологические методы исследования в товароведении пищевых продуктов / В. И. Уварова, О. В. Евдокимова. – М. : ИД Форум: Инфра-М, 2012. – 256 с.

3. Николаева, М. А. Теоретические основы товароведения / М. А. Николаева. – М. : Норма, 2006. – 448 с.

Моисеева Наталья Сергеевна, научный сотрудник СибНИТИП СФНЦА РАН.

Мотовилов Олег Константинович, доктор технических наук, руководитель СибНИТИП СФНЦА РАН, 630501, НСО, р.п. Краснообск, а/я 463. Контактный телефон: 8-913-381-25-25, e-mail: Natasha555@mail.ru