



**«Маркетинговое исследование  
рынка колбасных изделий г. Улан-Удэ»**



**Выполнил: Санжижапов Ц.Б.  
Табиханов Э.В.**

# Маркетинговое исследование - это

- систематическое определение круга данных, необходимых в связи со стоящей перед фирмой маркетинговой ситуацией, их сбор, анализ и отчёт о результатах.

# Для анализа потребительских предпочтений было проведено анкетирование потребителей.

Анкета

Употребляете ли Вы колбасные изделия?

- а) да
- б) нет

Сколько вы потребляете колбасных изделий в неделю?

- а) до 0,5 кг
- б) от 0,5 до 1 кг
- в) свыше 1 кг

Какие виды колбасных изделий вы предпочитаете?

- а) вареные колбасы
- б) копченые колбасы
- в) полукопченые колбасы
- г) сосиски
- д) другой \_\_\_\_\_

Колбасные изделия каких предприятий вы предпочитаете?

- а) БМПК
- б) Бурятмясопром
- в) Пиката
- г) Селенга
- д) Николаевский
- е) другое \_\_\_\_\_

Почему вы выбираете именно продукцию выбранного вами производителя?

- а) цена
- б) вкусовые качества
- в) особенности состава
- г) упаковка
- д) другое \_\_\_\_\_

Уровень вашего семейного дохода:

- а) до 15000 руб.
- б) от 15000 до 25000 руб.
- в) от 25000 до 35000 руб.
- г) свыше 35000 руб.

Что Вас не устраивает в современном рынке колбасных изделий г. Улан-Удэ?

- а) цены
- б) качество
- в) ассортимент
- г) другое \_\_\_\_\_

Как Вы думаете, вредно ли потребление колбасных изделий для здоровья?

- а) никакого вреда
- б) вред несерьезный
- в) да, вредно
- г) очень вредно

Часто ли Вы встречались с рекламой колбасных изделий?

- а) ни разу
- б) редко
- в) часто
- г) очень часто

Ваши предложения и пожелания развитию рынка колбасных изделий г.Улан-удэ:

---

---

# Результаты исследования

- 1) 90 % всех респондентов употребляют те или иные колбасные изделия;
- 2) 26% респондентов потребляют в неделю от 0,5 до 1 кг колбасных изделий, 58% потребляют в неделю до 0,5 кг;
- 3) По предпочтению 32% из них выбирают вареные колбасы, 26% - копченые, 28% - полукопченые, 10% - сосиски;

По выбору производителей на 1-м месте оказалась БМПК. Результаты:

|               |            |
|---------------|------------|
| <b>БМПК</b>   | <b>30%</b> |
| Бурятмясопром | 8%         |
| Пиката        | 24%        |
| Селенга       | 20%        |
| Николаевский  | 16%        |

5) 40% потребителей делают свой выбор исходя из цен, 20% - по вкусовым качествам, 30% - по особенностям состава и лишь 4% - по упаковке;

6) 66% всех респондентов не устраивают ценовые барьеры на пути приобретения продукции производителей колбасных изделий;

- 7) 60% опрошенных полностью были уверены, что потребление колбасных изделий не вредит здоровью;
- 8) 70% всех опрошенных редко встречаются с рекламой колбасных изделий;
- 9) 46% опрошенных желают снизить цены на продукцию

## Рынок колбасных изделий г.Улан-Удэ характеризуется следующими особенностями:

- Довольно таки высокая цена на виды колбасных изделий
- Не очень совершенная маркетинговая деятельность предприятий
- Достаточно хорошо развита сеть точек сбыта
- Очень широкий ассортимент товаров на рынке
- Относительно высокую долю рынка занимают производители из других регионов
- Для производства колбасных изделий в Бурятии около 40% всего сырья- это импортное сырье

При анализе рынка и обработке информации были выявлены следующие проблемы:

- а) высокая цена на колбасные изделия
- б) 40% всего сырья, используемого для производства завозится из других стран
- в) низкий уровень экспорта продукции в другие регионы
- г) рост производства и потребления колбасных изделий приводит к росту заболеваний сердечно-сосудистой системы.



# Пути решения проблем

Для решения проблем нужно во-первых снизить себестоимость производимой продукции, во-вторых нужно повысить эффективность производства, а именно фондоотдачу основных средств. А также нужно провести работу по усилению взаимодействия между местными производителями мяса и производителями колбасных изделий.

**Спасибо за внимание!**