

УДК 338.43

МЕТОДИЧЕСКИЙ ПОДХОД К ИССЛЕДОВАНИЮ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ПРЕДПОЧТЕНИЙ НА РЕГИОНАЛЬНОМ РЫНКЕ ЯИЦ

И.В. Блинов, Л.А. Калинина

Иркутский государственный аграрный университет имени А.А. Ежевского, Молодежный, email: 375361@mail.ru

Аннотация. В статье представлен разработанный авторами методический подход к исследованию потребительских предпочтений на региональном рынке яиц. Актуальность исследования обосновывается тем, что яйца занимают важное место в рационе человека, обеспечивая его хорошо усваиваемым белком, различными витаминами и аминокислотами. Предложенная методика апробирована в Иркутской области, поскольку регион имеет значительный потенциал для развития производства яичной продукции. Расширение ассортимента яичной продукции позволит увеличить конкурентоспособность производителей, вместе с тем, необходимо развивать культуру потребления яиц в переработанном виде, что подтверждено результатами анкетирования. В ходе исследования выявлено, что основными факторами, формирующими спрос, являются цена на яйца, потребительские вкусы и предпочтения, свежесть и ассортимент продукции, ее категоричность и др. При этом большинство опрошенных приобретают яйца в сетях крупных сельскохозяйственных предприятий рядом с домом.

Ключевые слова: потребительские предпочтения, изучение спроса на яйца, анкетирование, методический подход.

METHODOLOGICAL APPROACH TO THE STUDY OF CONSUMER PREFERENCES IN THE REGIONAL EGG MARKET

I.V. Blinov, L.A. Kalinina

Irkutsk State Agrarian University named after A.A. Ezhevsky, Molodezhny, email: 375361@mail.ru

Abstract. The article presents a methodological approach to the study of consumer preferences in the regional egg market. The relevance of the study is justified by the fact that eggs occupy an important place in the human diet, providing it with easily digestible protein, various vitamins and amino acids. The proposed methodology was tested in the Irkutsk region, since the region has significant potential for the development of egg production. Expanding the range of egg products will increase the competitiveness of producers, at the same time, it is necessary to develop a culture of consumption of eggs in processed form, which is confirmed by the results of the survey. The study revealed that the main factors shaping demand are the price of eggs, consumer tastes and preferences, freshness and range of products, their categories, etc. At the same time, most respondents buy eggs in the networks of large agricultural enterprises near their home.

Keywords: egg market, consumer preferences, demand study, survey.

Дата поступления статьи в редакцию: 19.06.2025

Дата принятия статьи в печать: 25.07.2025

Введение

Современное птицеводство демонстрирует существенные достижения среди сельскохозяйственных направлений, успешно решая глобальную задачу обеспечения человечества животным белком. Динамичное развитие отрасли подтверждается стабильным ростом производственных показателей, как на международном, так и на российском уровне. Птицепродуктовый подкомплекс занимает ведущие позиции в структуре животноводства благодаря высокой экономической эффективности и технологическому совершенствованию производственных процессов [1]. Данная отрасль отличается высокой концентрацией производства в сравнении с другими направлениями агропромышленного комплекса. Почти все процессы, связанные с выращиванием птицы, имеют механизированные и автоматизированные этапы. Птицеводство предлагает потребителям яйца и мясо птиц, которые считаются диетическими продуктами. На мировом рынке мяса и яиц наша страна занимает четвертое и шестое места соответственно. Яйца птиц являются диетическим продуктом, содержащим множество витаминов и аминокислот, которые в значительной мере удовлетворяют суточные потребности взрослого человека. Исследования показали,

что количество яиц, потребляемых в пищу, не оказывает негативного влияния на уровень холестерина в крови, а наоборот, способствует нормализации обмена веществ в организме. Для того чтобы восполнить запасы кальция в организме, ученые разработали технологию, позволяющую извлекать минеральные добавки из яичной скорлупы.

Отечественное птицеводство демонстрирует высокие производственные показатели, превосходящие нормативы Доктрины продовольственной безопасности по производству яичной и мясной продукции. Расширение ассортиментного разнообразия птицеводческой отрасли открывает дополнительные рыночные перспективы при растущих объемах производства и увеличении среднедушевого потребления данных продуктов питания населением страны.

Динамика мирового рынка яиц демонстрирует устойчивый рост производства и потребления, где ключевые позиции занимают азиатские государства, арабский регион и Соединенные Штаты Америки. Современные рыночные условия характеризуются масштабным производственным потенциалом, активной конкурентной средой и повышенными стандартами сертификации продукции [2].

Актуальные рыночные тенденции демонстрируют устойчивый спрос населения на яичную продукцию, что создает благоприятные перспективы для расширения производственных мощностей. Современный потребитель предъявляет повышенные запросы к качественным характеристикам яиц, включая натуральность состава, обогащение полезными веществами, привлекательность упаковки и соответствие производства экологическим стандартам [3].

Несмотря на то, что птицеводство является самой быстроразвивающейся отраслью по сравнению с другими, предприятиям данной отрасли, как и другим, необходимо принимать различные меры для повышения конкурентоспособности. Основными производителями яиц в Российской Федерации являются сельскохозяйственные организации, которые сосредоточены в регионах с высоким уровнем производства зерна, составляющего основу кормового рациона птицы. Для повышения экономических показателей сельскохозяйственных товаропроизводителей необходимо осуществлять оценку их конкурентоспособности, в частности, за счет исследования потребительских предпочтений на рынке яичной продукции. Исследование рынка яиц является актуальной и сложной задачей, поскольку сбыт яиц и яичной продукции подвержен влиянию большого числа факторов. Пищевое яйцо пользуется большой популярностью у населения стран всего мира, однако потенциальные потребители предъявляют к нему различные требования [4, 5]. Часто покупатели, имеющие высокие доходы, предпочитают покупать яйцо у населения, поскольку домашнее яйцо не содержит иммуностимуляторов.

Цель исследования

Целью работы явилась разработка методического подхода к исследованию потребительских предпочтений на региональном рынке яиц.

Методы исследования

В качестве объекта наблюдения взята Иркутская область, поскольку регион характеризуется высокой степенью самообеспеченности яйцами и продуктами их переработки. Современная конъюнктура рынка создает существенные трудности для реализации яичной продукции. Крупные агропромышленные комплексы, обеспечивающие девяносто один процент общего производства яиц, вынуждены экспортировать товар за пределы региона и государства по сниженным ценовым показателям.

Всестороннее исследование рыночной динамики и комплексный анализ производственных факторов позволят российским предприятиям укрепить позиции на конкурентном рынке [6-8].

Методология выборочного исследования базировалась на квотном распределении респондентов согласно установленным критериям. Количественные параметры групп участников формировались с учетом демографических характеристик, финансовых возможностей, гастрономических предпочтений и других значимых показателей, обеспечивающих репрезентативность исследования.

Статистический анализ материалов выполнен посредством экономико-математических инструментов с применением табличных редакторов пакета Microsoft Office, включающих функции агрегирования массивов, визуализации результатов и структурирования выборок данных.

Результаты исследования

Научная новизна исследования заключается в разработке авторского алгоритма оценки конкурентоспособности производителей яиц в регионе, который состоит из следующих этапов: изучение особенностей конкуренции и конкурентоспособности производителей яиц; анализ зарубежного опыта государ-

ственного регулирования конкуренции производителей продовольствия; исследование конкурентной среды производителей яиц, выявление их сильных и слабых сторон; оценка конкурентоспособности продукции на региональном рынке яиц; анализ потребительских предпочтений; оценка инфраструктуры рынка яиц; анализ способов государственного регулирования конкуренции на рынке яиц; прогнозирование потребительского спроса на яйца и продукцию их переработки; разработка рекомендаций по повышению конкурентоспособности производителей яиц.

В работе приведены результаты одного из этапов представленного алгоритма – анализ потребительских предпочтений на региональном рынке яиц.

В соответствии с авторской методикой проведено анкетирование среди городских и сельских жителей Иркутской области и других регионов (рис. 1).

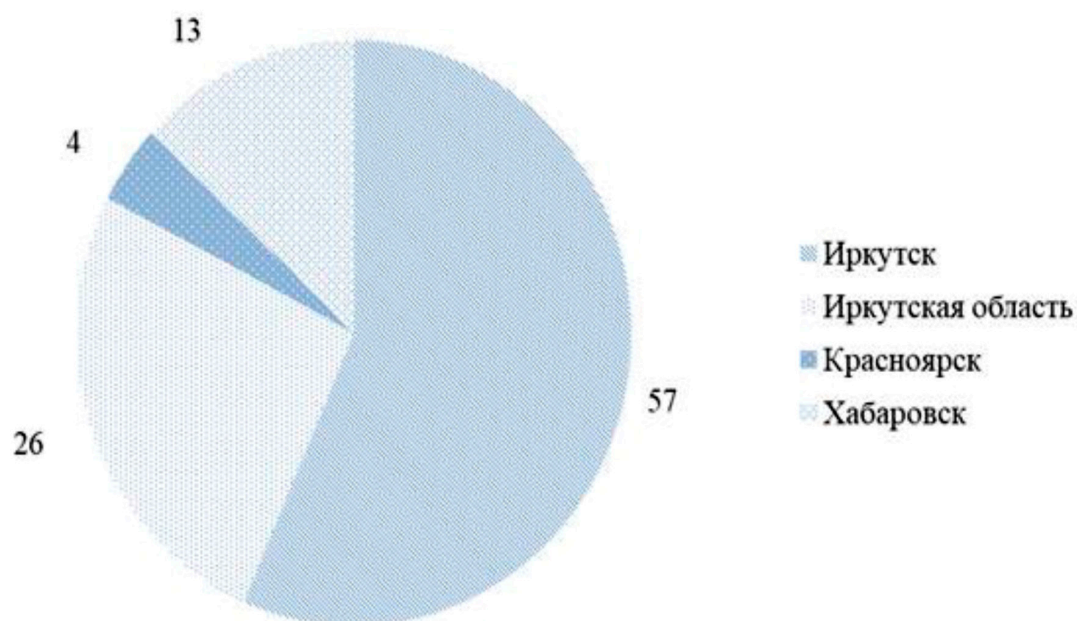


Рис. 1. Распределение респондентов по месту проживания, в % к общему количеству опрошенных

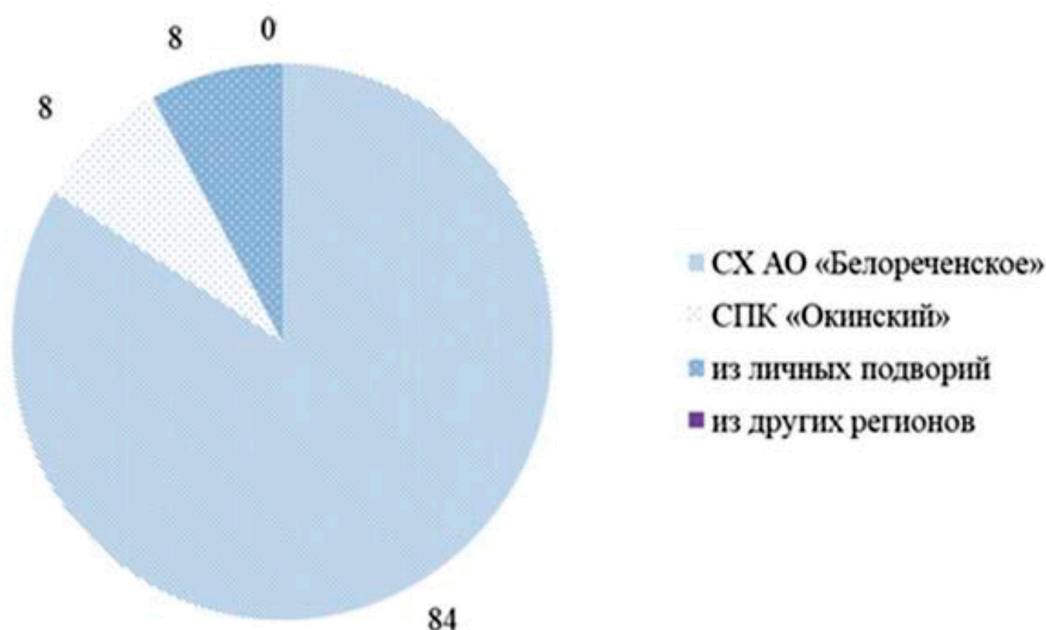


Рис. 2. Ответы на вопрос «Куриные яйца какого производителя Вы предпочитаете?», в % к общему количеству опрошенных

Наибольшее число опрошенных предпочитают приобретать яйца, произведенные СХ АО «Белореченское», являющегося лидером по производству яиц в регионе (рис. 2). При этом большинство потребителей (96%) устраивает качество куриных яиц местных производителей.

На вопрос «Устраивает ли Вас цена на куриные яйца?» положительно ответили почти 70%.

Поскольку большинство респондентов выбирают яйца СХ АО «Белореченское», на вопрос «Где Вы предпочитаете приобретать куриные яйца?» 57% ответили – в фирменной сети «Белоречье», 39% – в супермаркете, 13% – на рынке, 9% – у фермеров, 4% – у владельцев личных подсобных хозяйств (табл. 1).

Таблица 1

Распределение ответов респондентов на вопрос «Где Вы предпочитаете приобретать куриные яйца?»

Варианты ответа	В % к общему количеству ответов опрошенных
В супермаркете	39
На рынке	13
У владельцев ЛПХ	4
В фирменной сети «Белоречье»	57
В фирменной сети СПК «Окинский»	0
У фермеров	9

При этом основной причиной, по которой респонденты приобретают яйца в этих местах, является наличие торговых точек по пути или рядом с домом (61%). Обращают внимание на качество продукта 48% опрошенных, 26% – на цену, а 17% – на ассортимент (табл. 2).

Таблица 2

Распределение ответов респондентов на вопрос «Почему Вы предпочитаете приобретать куриные яйца именно там?»

Варианты ответа	В % к общему количеству ответов опрошенных
Удобно (рядом с домом, по пути)	61
Низкие цены	26
Широкий ассортимент	17
Высокое качество	48

При ответе на вопрос «Что для Вас является важным при покупке куриных яиц?» респондент мог выбрать несколько вариантов ответа (табл. 3). При этом 70% из них обращают внимание на дату производства. Кроме того, важным фактором при выборе яиц является их цена и категория (52%). 44% опрошенных основываются при выборе на репутацию производителя, а также проверяют целостность упаковки. Для 4% имеет значение рекомендация знакомых и друзей.

Таблица 3

Распределение ответов на вопрос «Что для Вас является важным при покупке куриных яиц?»

Варианты ответа	В % к общему количеству ответов опрошенных
Дата производства	70
Целостность упаковки	44
Категория яиц	52
Цена	52
Репутация производителя	44
Дизайн упаковки	0
Рекомендации знакомых/друзей	4

Категория яйца имеет значения для 78% покупателей. Отборное яйцо выбирают 57%, первой категории – 35%, не имеет значения категория для 9% опрошенных (рис. 3). Яйцо второй и третьей категории не представляет интереса для исследуемой аудитории. При этом 61% опрошенных предпочитает белые яйца, 35% – темные, для 4% цвет не имеет значения.

Приведенные результаты свидетельствуют о том, что среди потребителей бытует мнение, что качество яиц зависит от их категории. Данный факт не соответствует действительности, поскольку качество яйца определяется условиями содержания кур, их кормом и условиями транспортировки. Вместе с тем, куриные яйца маленьких размеров представляют наибольшую ценность, потому что их снесли молодые куры, не перекормленные различными добавками. При выборе яиц необходимо ориентироваться не только на размер, но и на свежесть и проверенных поставщиков.

Исследование отношения покупателей к срокам реализации яиц показывает, что 52% выбирают столовые яйца, реализуемые в течение 25 дней, 48% – диетические, срок реализации которых оставляет 7 дней.

Наиболее предпочтительной для покупателей является упаковка емкостью 10 (61%), и 30 штук (35%). Сразу 60 яиц хотят купить лишь 4%.

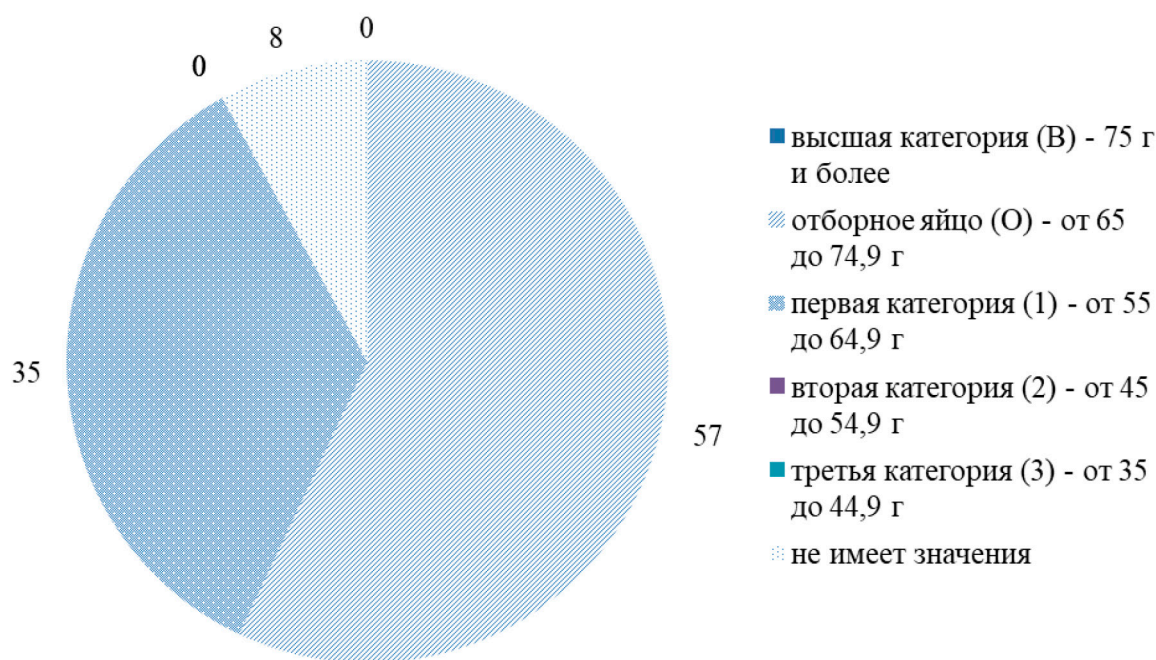


Рис. 3. Ответы респондентов на вопрос «Яйца какой категории Вы чаще всего покупаете?», в % к общему количеству опрошенных

Следует отметить, что особых предпочтений в упаковке яиц у покупателей не выявлено. Потребители яиц готовы покупать их в упаковке из картона, пластика или вспененного полистирола. При этом обращает на себя внимание тот факт, что некоторые из опрошенных предпочитают покупать яйцо в пакете или использовать свою упаковку, то есть складывать яйцо в контейнер, оставленный от яиц, приобретенных ранее.

Обращает на себя внимание тот факт, что 44% опрошенных знают о яйцах с добавками. Однако яичный порошок не приобретает никто из респондентов. Данный факт может быть связан с его отсутствием в точках продаж или отсутствием информации и рекламы этого продукта.

Выводы

В работе представлен один из этапов авторского методического подхода к исследованию потребительских предпочтений на региональном рынке яиц. Нами установлено, что особенностью спроса на яичную продукцию является его низкая эластичность по цене и доходам. Спрос в большей степени зависит от качества продукции, репутации производителя, функциональности продукции и других неценовых параметров, что подтверждается результатами социологического обследования населения Иркутской области и других городов, в которых реализуется продукция крупнейшего производителя региона СХ АО «Белореченское».

Вместе с тем следует учитывать, что объем потребления яиц ограничен физиологическими потребностями человека и зависит не только от социально-экономических факторов, но и от традиций питания населения. Обращает на себя внимание тот факт, что опрошенное население не владеет информацией

о продукции переработки яиц – яичном порошке, что может явиться одним из направлений повышения конкурентоспособности предприятий птицеводческой отрасли.

Кроме того, повышения спроса на производимую продукцию можно достигнуть за счет диверсификации производства. При этом предприятие может переориентироваться на производство не только куриных, но и других видов яиц, например, перепелиных. Следует отметить, что данный способ требует инвестиций и модернизации производства.

Литература

1. Фисинин В.И. Мировое и российское птицеводство реалии и вызовы будущего. М: Хлебпродинформ, 2019. 470 с.
2. Ройтер Л.М., Еремеева Н.А., Веденкина И.В., Акопян А.Г. Онлайн-анкетирование как инструмент принятия управленческих решений в птицеводстве // Птицеводство. 2022. № 2. С. 44-50. DOI: 10.33845/0033-3239-2022-71-2-44-50.
3. Блинов И.В. Современное состояние и перспективы развития рынка яиц // Импортонезависимость и продовольственная безопасность: глобальные вызовы и стратегические тренды развития АПК в условиях трансформации международных экономических отношений: Материалы международной научно-практической конференции, посвящённой 105-летию со дня основания ФГБОУ ВО Омский ГАУ, Омск, 14 июня 2023 года. Омск: Омский государственный аграрный университет имени П.А. Столыпина, 2023. С. 324-328.
4. Буяров А.В., Буяров В.С. Функционирование и развитие рынка яиц и мяса птицы в контексте обеспечения продовольственной безопасности // Вестник аграрной науки. 2021. № 6 (93). С. 95-108. DOI: 10.17238/issn2587-666X.2021.6.95.
5. Горбачев В.В., Никитин И.А., Велина Д.А. и др. Оценка потребительских предпочтений россиян: «ловушка среднего рациона» // Известия высших учебных заведений. Пищевая технология. 2022. № 6 (390). С. 90-98. DOI: 10.26297/0579-3009.2022.6.3.
6. Еремеева Н.А., Ройтер Л.М., Веденкина И.В. Конъюнктура рынка яиц и его перспективы // Экономика сельского хозяйства России. 2021. № 3. С. 71-77.
7. Половян А.В. Маркетинговые аспекты поведения потребителей на рынке мяса птицы // Торговля и рынок. 2022. Т. 2, № 4-1 (64). С. 147-153.
8. Левадина Н.С., Видякина Е.В. Оценка качества яиц, реализуемых на потребительском рынке // Актуальные проблемы социально-экономического развития современного общества: Материалы V международной научно-практической конференции, Киров, 29 мая 2024 года. Киров: Кировский государственный медицинский университет, 2024. С. 137-140.
9. Kalinina L., Zelenskaya I., Vlasenko O. Methodical approach to the assessment of food security in the region // Smart Innovation, Systems and Technologies. 2020. Vol. 172. P. 731-741.
10. Калинина Л.А., Труфанова С.В. Методический подход к оценке устойчивости развития сельских территорий // АПК: экономика, управление. 2022. № 4. С. 84-88.