

УДК 339.13, 332.1

DOI: 10.26140/anie-2019-0802-0060

**МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ РЫНКА МОЛОЧНОЙ  
ПРОДУКЦИИ ПРИМОРСКОГО КРАЯ**

© 2019

**Мартышенко Наталья Степановна**, кандидат экономических наук,  
доцент кафедры «Международного маркетинга и торговли»*Владивостокский государственный университет экономики и сервиса*  
(690014, Россия, Владивосток, улица Гоголя, 41 e-mail: [natalya.martyshenko@vvsu.ru](mailto:natalya.martyshenko@vvsu.ru))

**Аннотация.** Молоко и молочная продукция являются важнейшим компонентом рациона сбалансированного питания человека. Рынок молочной продукции является важнейшим сегментом на продовольственном рынке страны. Емкость рынка молочных продуктов в России оценивается в среднем в 22 млрд рублей в месяц. Этот рынок в Приморском крае имеет свою специфику. Потребление молочных продуктов в настоящее время одно из самых низких в стране. В работе рассматриваются результаты исследования регионального рынка молочной продукции, основанные на анкетных опросах потребителей г. Владивостока. Среди задач, решаемых в настоящем исследовании, можно выделить такие задачи, как выявление видов молочных продуктов, в которых потребители вынуждены себя ограничивать, оценка предпочтений торговых марок, представленных на рынке молочной продукции края, оценка влияния на потребление молочной продукции уровня покупательской способности населения. Проведенные исследования подтверждают то, что спрос на молоко и молочную продукцию имеет четкую социальную направленность. Определены перспективы развития рынка региона в связи с развитием отрасли молочного животноводства на территориях опережающего развития. Благодаря новым механизмам государственной поддержки в Приморский край пришли крупные инвесторы, готовые развивать молочную отрасль.

**Ключевые слова:** молочная продукция, нормы потребления молочной продукции, продовольственная безопасность, рынок молока и молочной продукции, производители молочной продукции, маркетинговые исследования, потребители, анкетный опрос, анализ данных, обработка качественных данных.

**MARKETING RESEARCH OF THE DAIRY PRODUCTS MARKET  
IN PRIMORSKY KRAI**

© 2019

**Martyshenko Natalya Stepanovna**, candidate of economic sciences,  
professor of «International Marketing and Trade»*Vladivostok State University of Economics and Service*  
(690014, Russia, Vladivostok, Gogol Street, 14, e-mail: [natalya.martyshenko@vvsu.ru](mailto:natalya.martyshenko@vvsu.ru))

**Abstract.** Milk and dairy products are the most important components of a person's balanced diet. The dairy market is the most important in the food market of the country. The capacity of the dairy market in Russia is estimated at an average of 22 billion rubles per month. This market in Primorsky Krai has its own specifics. Dairy consumption is currently one of the lowest in the country. The paper discusses the results of a study of the regional dairy products market, based on questionnaires from consumers in Vladivostok. Among the tasks solved in this study, it is possible to identify such tasks as identifying types of dairy products in which consumers are forced to limit themselves, assessing the preferences of brands represented in the regional dairy products market, assessing the impact of consumer purchasing power on dairy products. The conducted studies confirm that the demand for dairy products has a clear social orientation. The prospects for the development of the dairy products market in the region are determined in connection with the development of the dairy farming industry in the priority development areas. Thanks to new mechanisms of state support, large investors came to the Primorsky Krai, ready to develop the dairy industry.

**Keywords:** dairy products, dairy product consumption norms, food security, dairy products market, dairy product manufacturers, marketing research, consumers, questionnaire, data analysis, quality data processing.

*Постановка проблемы в общем виде и ее связь с важными научными и практическими задачами.* Молоко и молокопродукты являются ценным компонентом в питании человека. Человечество с древних времен потребляет молоко и молочные продукты. Они являются основными источниками незаменимых аминокислот. Блюда из молокопродуктов относятся к категории диетических продуктов питания. Молоко обладает невысокой калорийностью (в среднем 65 - 66 ккал на 100 г продукта). Незначительной части населения потребление молока противопоказано из-за непереносимости лактозы или аллергии на белок коровьего молока.

Норма потребления молока и молокопродуктов составляет 325 килограммов в год. Однако эта цифра усредненная и зависит от возраста и гендерной принадлежности. В 2018 году россияне в среднем потребляли менее 230 кг молока и молокопродуктов. С 1991 года потребление молочной продукции снизилось на 40%. Структура потребляемых молокопродуктов существенно отличается от европейских стран. Например, в России потребляют в 2,5 раза меньше сыра, чем в среднем в Европе, а во Франции и Германии объем потребления этого продукта в пять раз превышает потребление в России. В Приморском крае потребление молока и молокопродуктов одно из самых низких в стране и в 2018 году составляло всего 144 кг в год. В большой степени это вызвано очень высокими цена на молочную продук-

цию. Если в среднем цена за 1 литр молока по России составляет 55 рублей, то в Приморском крае средняя цена колеблется вокруг 100 рублей за литр.

Рынок молочной продукции является важнейшим на продовольственном рынке страны. Емкость рынка молочных продуктов в России составляет около 400 тыс. тонн в натуральном выражении и оценивается в среднем в 22 млрд рублей в месяц. В 2018 год по объему потребления молочных продуктов Россия занимала пятое место в мире. Доля молочной продукции в структуре продовольственной корзины россиян составляет от 10 до 15 % в зависимости от региона.

Между тем, поголовье коровьего стада в России около 20 лет неуклонно падало с 12,3 млн. голов в 2001 году до 8,2 млн. голов на конец 2018 года. В последние годы падение поголовья стада замедлилось и по прогнозам в ближайшие годы ожидается даже рост поголовья. Однако повысить обеспеченность молочной продукцией отечественного производства планируется за счет повышения эффективности производственных процессов. В настоящее время в структуре затрат на производство молока затраты на корм в России в 1,5 раза больше, чем в Европе, на оплату труда – в 2 раза больше.

Развитию отечественного производства молока приносит большой вред распространение фальсифицированной продукции. По оценке Роспотребнадзора в 2018 году фальсификат составил не менее трети молочных

продуктов в России. По отдельным товарным позициям (творог, сыры, молочные десерты) доля фальсификата доходит до 60%. Чаще всего производители подменяют животные (молочные) жиры растительными (дешевым пальмовым маслом). Распространение фальсификата подрывает рентабельность реального производства натурального продукта.

В Приморском крае обстановка с фальсификацией молочной продукции стоит особенно остро. В 2018 году было отобрано около 200 проб молока и молочной продукции, которые были исследованы в Приморской межобластной ветеринарной лаборатории. Проведено порядка 1000 исследований, и в 84 случаях молочная продукция не соответствовала качеству и безопасности.

*Анализ последних исследований и публикаций, в которых рассматривались аспекты этой проблемы и на которых обосновывается автор; выделение неразрешенных ранее частей общей проблемы.* В связи с высокой значимостью проблемы развития рынка молока и молочной продукции для страны она привлекает внимание значительного количества исследователей. Анализ статистических данных по состоянию и развитию рынка молока в России посвящены работы [1, 2, 3, 4]. Тема продовольственной безопасности и влияние продовольственных санкций на развитие рынка молока и молочной продукции раскрывается в работах [5, 6, 7, 8]. Результаты маркетинговых исследований рынка молока и молочной продукции в регионах представлены в работах [9, 10, 11]. Процесс формирования цен на молоко и молочную продукцию рассматривается в публикациях [12, 13, 14]. В работе [15] оценивается влияние покупательской способности населения на формирование рынка молокопродуктов. Проблема качества и безопасности молочных продуктов, представленных на потребительском рынке, рассматривается в работах [16, 17, 18, 19]. Повышению эффективности производственных процессов посвящены публикации [20, 21, 22]. Факторы, определяющие развитие рынка молока и молочной продукции, рассматриваются в работах [23, 24, 25]. В работах [26, 27, 28] рассматриваются механизмы государственной поддержки производителей молока и молочной продукции.

Особенностью представленного в настоящей работе маркетингового исследования рынка молочной продукции Приморского края является приоритет оценки потребителями качества продукции. Теоретические методы анализа маркетинговой информации, используемые в работе, представлены в публикациях [29, 30].

Представленный анализ ситуации на рынке молочной продукции края очень важен как фиксация точки отсчета в свете ожидаемых перемен в связи с реализацией ряда крупных проектов по развитию молочного животноводства. В связи с введением льготных условий ведения бизнеса в рамках территорий опережающего развития в молочный комплекс края были привлечены значительные инвестиции, которые должны принципиально изменить ситуацию на этом рынке.

*Формирование целей статьи (постановка задания).* Целью настоящего исследования является анализ поведения и предпочтений потребителей на рынке молочной продукции Приморского края. Основными задачами исследования в рамках поставленной цели являются следующие:

- оценка структуры потребления молочной продукции в Приморском крае;
- выявление видов молочных продуктов, в которых потребители вынуждены себя ограничивать;
- оценка частотного ряда распределения затрат на приобретение молочных продуктов в месяц;
- оценка предпочтений торговых марок, представленных на рынке молока и молочной продукции края;
- оценка изменения потребления молочной продукции в последний период времени;

*Изложение основного материала исследования с*

*полным обоснованием полученных научных результатов.* Результаты, представленные в настоящей статье, получены в результате обработки данных онлайн-опроса, проведенного в 2019 году. В опросе принимали участие 665 жителей г. Владивостока.

Среди молочных продуктов, которые покупают чаще всего в повседневной жизни, потребители назвали: молоко (70%); йогурты (22%); кефир, ряженка, варенец (20%); сыры (16%); творог (15%); сметана (12%); масло сливочное (4%).

Частота покупок различных видов молочных продуктов оценивалась с помощью вопроса: «Как часто вы (либо кто-то из вашей семьи) покупаете следующие молочные продукты?». Результаты обработки данных на этот вопрос представлены в таблице 1. Большинство видов молочной продукции покупается 1 раз в неделю. Это соответствует поведению потребителей, старающихся осуществлять покупку большинства продуктов за один поход в супермаркет на целую неделю. Небольшое отличие составляет молоко, которое чаще покупается 2-4 раза в неделю.

Таблица 1 – Оценка частоты покупки различных видов молочной продукции в Приморском крае в 2019 г.\*

Виды молочной продукции	Никогда	Больше 4 раз в неделю	2-4 раза в неделю	Больше 4 раз в месяц	1 раз в неделю	2-4 раза в месяц	1 раз в месяц
Молоко	10%	16%	27%	8%	25%	7%	7%
Кефир, варенец, ряженка	19%	5%	14%	8%	23%	14%	18%
Сметана	15%	4%	14%	9%	22%	15%	20%
Йогурт	16%	9%	18%	10%	20%	16%	12%
Творог	17%	4%	11%	11%	20%	15%	22%
Масло сливочное	17%	5%	10%	11%	16%	13%	29%
Сыр	15%	5%	15%	10%	22%	16%	16%
Брынза, адыгейский сыр	58%	3%	3%	6%	10%	7%	13%

\* составлено автором

Одним из важнейших вопросов маркетингового исследования потребительского рынка является структура предпочтений торговых марок. Для оценки предпочтений марок производителей молочной продукции в анкету был включен вопрос: «Молочную продукцию каких торговых марок вы покупаете чаще других?». Респондентам предлагалось из списка 12-ти торговых марок выбрать 3-и, которые предпочтительны при покупке молочной продукции. Лидирующими по количеству встречаемости в ответах стали следующие пять производителей:

- Грин Агро – 45%;
- Фермерское подворье – 40%;
- Домик в деревне – 28%;
- Родимая сторона – 27%;
- Артемка – 20%.

В анкетном опросе нас интересовал не только вопрос лидерства торговых марок, но и мотивы выбора торговых марок потребителями. При ответах на вопрос: «Почему вы выбираете продукты именно этой торговой марки?» были получены следующие результаты:

- лучше вкусовые качества – 43%;
- всегда свежая продукция – 11%;
- качественный состав (более натуральное) – 19%;
- доступная цена – 28%.

По месту покупки ответы респондентов распределились как: супермаркеты – 66%; обычный магазин в шаговой доступности (минимаркет) – 28%; павильоны на рынках – 6%.

Однако потребление различных видов продукции характеризуется не только частотой совершения покупок, но и объемом покупки, который определяет индивидуальную норму потребления молочных продуктов. Субъективные оценки нормы потребления молочных продуктов оценивались с помощью вопроса: «Ваше мнение о соответствии потребления вами молочной продукции нормам потребления?». Для ответа на данный вопрос респондентам предлагалось осуществить выбор одного из утверждений, соответствующих их индивидуальным ощущениям. В результате были получены сле-

дующие частотные ряды встречаемости ответов:

- я потребляю молочную продукцию столько, сколько мне хочется (я себя не ограничиваю) – 67%;
- норма моего потребления молочной продукции недостаточна (приходится себя несколько ограничивать по ряду позиций) – 18%;
- я могу позволить себе очень ограниченный набор молочной продукции (ограничения существенные) – 15%.

По мнению автора, оценка многими респондентами «я себя не ограничиваю» несколько завышена. Это следует из общей средней нормы потребления молочных продуктов на душу населения в регионе. Такое мнение респондентов можно объяснить некоторой утратой населением культуры потребления молочных продуктов. Новое поколение выросло в условиях, когда молочные продукты перешли из разряда повседневного потребления к эпизодическому. Это утверждение подтверждается оценками затрат на молочные продукты в месяц. Оценка затрат на молочные продукты производилась по данным ответов на вопрос анкеты: «Какую сумму вы тратите в среднем на покупку молочной продукции в месяц на человека?». Частотный ряд оценок респондентов представлен на рисунке 1. Из диаграммы следует, что покупатели очень неоднородны относительно объема покупаемых молочных продуктов.

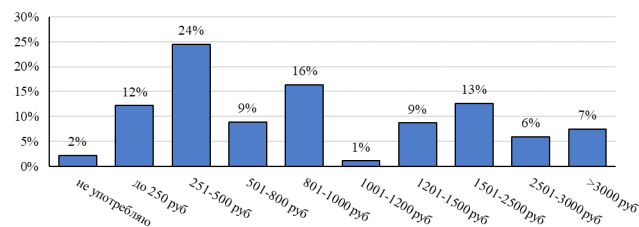


Рисунок 1 – Частотный ряд распределения потребителей по затратам на приобретение молочных продуктов в месяц в Приморском крае в 2019 г.

Из-за высокой стоимости молочных продуктов многие потребители не всегда могут позволить себе покупать многие продукты в таких объемах, как им хочется. Для оценки списка молочных продуктов, в которых потребители вынуждены себя ограничивать, респондентам был предложен следующий вопрос: «Какие виды молочной продукции вы позволяете себе покупать только время от времени?». Это открытый вопрос. Для обработки качественных данных ответов на этот вопрос была использована специальная компьютерная технология, которая позволяет систематизировать ответы респондентов и выработать типологии ответов [31, 32].



Рисунок 2 – Молочные продукты, в покупке которых потребители вынуждены себя ограничивать на рынке Приморского края в 2019 г.

В результате систематизации ответов респондентов полученные типологии можно представить частотным рядом встречаемости типичных ответов (рис. 2). Более всего потребители рынка молочной продукции региона вынуждены себя ограничивать в приобретении сыров.

В последние годы в Приморском крае снижалась покупательская способность населения. Это не могло не отразиться на объемах покупки молочных продуктов. Для оценки изменения объемов покупки молочных продуктов респондентам предлагалось ответить на вопрос: «Какие общие изменения вашего потребления молочной продукции произошли за последний год?». Потребление молочных продуктов осталось на прежнем уровне – ответили 49% опрошенных, 37% указали на уменьшение потребления и 14% – отметили снижение уровня потребления.

По данным опроса были рассчитаны конкретные оценки степени уменьшения и увеличения потребления молочной продукции. Эти оценки рассчитывались по каждой группе потребителей отдельно (рис. 3).

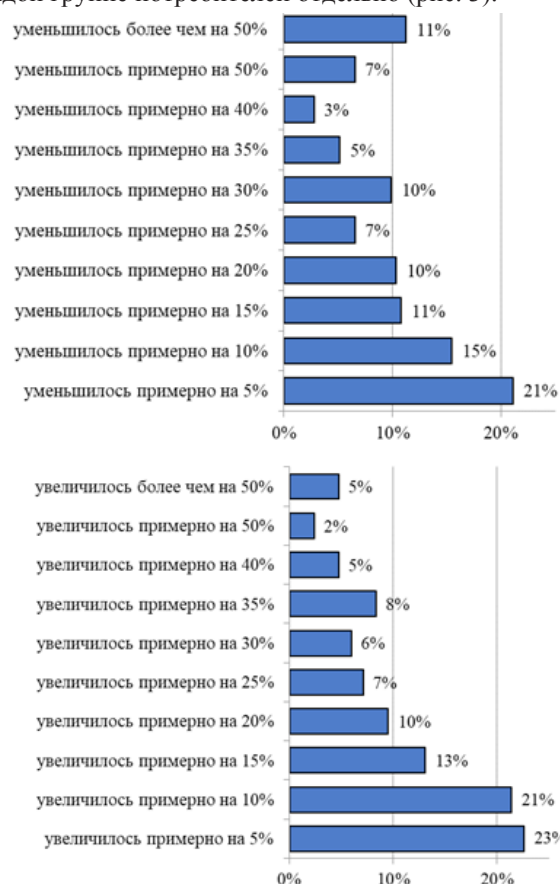


Рисунок 3 – Оценки изменения потребления молочной продукции, которые произошли за последний год на рынке Приморского края

Кроме рассмотренных вопросов, характеризующих поведение потребителей на рынке молочной продукции края, в опросе исследовалось отношение потребителей к качеству продукции.

**Выводы исследования и перспективы дальнейших изысканий данного направления.** В настоящее время рынок молочной продукции в Приморском крае находится на стадии становления и обновления. На рынке наблюдается рост цен, что негативно сказывается на объемах продаж молочной продукции в регионе. На рынке присутствует значительный процент фальсификата, что подрывает доверие потребителей. Наблюдается рост спроса на экологически чистые продукты и продукты без содержания ГМО.

Благодаря новым механизмам государственной под-



держки в Приморский край пришли крупные инвесторы, такие как «Русагро», «True Milk» и «Мерси Агро». В регионе активно работают инвесторы из стран АТР. В связи с этим на рынке молочной продукции Приморского края в ближайшие годы потребители должны в основном перейти на продукцию местных производителей. Крупнейшей продуктовой категорией на рынке молочной продукции является пастеризованное молоко. Развитие собственного производства молока в крае должно привести не только к снижению цен, но и повысить качество продукции. В крае необходима организация производства широкой линейки сыров местных производителей.

В крае необходимо развивать систему специальных предложений и распространение в практике системы скидок на молочную продукцию. После кризиса потребители менее лояльны к брендам и более лояльны к цене, что делает такую стратегию более привлекательной.

Использование больших данных позволит осуществлять мониторинг поведения потребителей и настраивать предложения для целевой аудитории.

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Васильева И.В., Артемьева И.О. Анализ рынка молока в России // *Переработка молока*. 2018. № 10 (229). С. 44-48.
2. Катлишин О.И., Панышев А.И. Состояние рынка молока и молочных продуктов Российской Федерации в современных условиях // *Конкурентоспособность в глобальном мире: экономика, наука, технологии*. 2018. № 5 (64). С. 41-43.
3. Долгова И.М., Рахимов И.Ф. Анализ современного состояния рынка молока // *Экономика и менеджмент инновационных технологий*. 2017. № 1 (64). С. 162-168.
4. Ковалева И.В., Ковалев А.А. Тенденции и перспективы развития рынка товарного молока в России // *Вестник Алтайского государственного аграрного университета*. 2017. № 2 (148). С. 181-185.
5. Груздев Г.В., Кирилова Т.Е. Предпосылки импортозамещения молочной продукции. Оценка факторов, оказывающих влияние на эффективность производства молока // *Вестник НГИЭИ*. 2017. № 9 (76). С. 125-134.
6. Грудкина М.А. Импортозамещение на рынке молока: проблемы и возможные решения // *Экономика сельского хозяйства России*. 2016. № 2. С. 17-23.
7. Глотова И.С., Свиных В.Г., Сенотрусова С.В. Импорт молока и молочной продукции в условиях продовольственных санкций // *Евразийский союз ученых*. 2017. № 6-1 (39). С. 72-76.
8. Столярова Ю.В. Развитие рынка молока и молочной продукции в условиях импортозамещения // *Региональная экономика: теория и практика*. 2017. Т. 15. № 4 (439). С. 717-728.
9. Аникиенко Н.Н. Маркетинговые исследования рынка молока и молочной продукции в Иркутской области // *Вестник Курской государственной сельскохозяйственной академии*. 2018. № 3. С. 190-194.
10. Ломакина А.Н., Шамирина С.Ю., Манчук Е.П. Исследования регионального рынка молока и молочной продукции // *Kant*. 2018. № 3 (28). С. 192-196.
11. Сурай Н.М., Бобков А.Н., Жукова Н.В., Абрамов Ю.В., Федоров Б.К. Современное состояние и перспективы развития рынка молока и молочной продукции в московской области // *Вопросы экономики и права*. 2018. № 122. С. 74-81.
12. Денисова Н.В., Шуварин М.В., Шуварина Н.А. Основные методические подходы к формированию цены на молоко-сырьё // *Вестник НГИЭИ*. 2017. № 8 (75). С. 73-79.
13. Вороновская Я.С. Экономический анализ цен на молоко // *Актуальные проблемы авиации и космонавтики*. 2018. Т. 2. № 4 (14). С. 308-309.
14. Железнева Р.Г., Майорова Е.А. Анализ динамики и прогнозирование потребительских цен на молоко и молочную продукцию // *Вопросы инновационной экономики*. 2018. Т. 8. № 4. С. 715-730.
15. Воробьева Е.С. Влияние импорта молока и молочной продукции на продовольственную обеспеченность региона // *Российское предпринимательство*. 2018. Т. 19. № 4. С. 1025-1034.
16. Балаева М.И., Третьякова А.С. О качестве и безопасности молока и молочной продукции в Краснодарском крае // *Молочная промышленность*. 2018. № 11. С. 26.
17. Карманова Н.Д., Нелина В.И. Проблема качества молока и молочной продукции на российском рынке и пути решения // *Эпомен*. 2018. № 15. С. 119-126.
18. Самусенко Л.Д., Химичева С.Н. Качество и безопасность: основа продовольственной безопасности // *Вестник аграрной науки*. 2018. № 1 (70). С. 46-51.
19. Юрова Е.А. Оценка качества и безопасности молока питьевого // *Молочная промышленность*. 2017. № 2. С. 37-39.
20. Зимняков В.М., Перунова Е.В. Производство и качество молока // *Инновационная техника и технология*. 2017. № 1 (10). С. 20-23.
21. Карпеня М.М., Карпеня А.М., Подрез В.Н. Влияние некоторых показателей качества молока-сырья на пригодность производства молочных продуктов // *Актуальные проблемы интенсивного развития животноводства*. 2018. № 21-2. С. 319-324.
22. Доровских В.И., Доровских Д.В. Анализ влияния качества тех-

нологических процессов на эффективность производства молока // *Наука в центральной России*. 2018. № 3 (33). С. 36-41.

23. Щербаков П.А., Полтарыхин А.Л. Факторы, определяющие развитие рынка молока и молочной продукции (на материалах ульяновской области) // *Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. Серия: Экономика и право*. 2018. № 6. С. 89-93.

24. Кондрасий Л.А., Якубчук О.Н. Изучение факторов, влияющих на качество молока-сырья // *Актуальные проблемы интенсивного развития животноводства*. 2017. № 20-2. С. 107-114.

25. Рейн А.Д., Черемухин А.Д., Козлов В.Д. Перспективные направления воспроизводства ресурсов с целью повышения эффективности производства молока // *Вестник НГИЭИ*. 2017. № 6 (73). С. 101-108.

26. Овсянко Л.А., Шелковников С.А., Проскуряков М.С. Механизм государственной поддержки функционирования ассоциации производителей, переработчиков и организаций торговли на рынке молока и молочной продукции // *Экономика сельского хозяйства России*. 2018. № 12. С. 60-65.

27. Овсянко Л.А., Проскуряков М.С. Направления развития государственной поддержки рынка молока и молочной продукции // *Экономика сельского хозяйства России*. 2018. № 2. С. 59-63.

28. Гаврилова З.В., Иващенко Ю.А. Государственное регулирование рынка молока // *Центральный научный вестник*. 2018. Т. 3. № 45 (455). С. 14-16.

29. Мартышенко С.Н., Мартышенко Н.С. Современные методы обработки маркетинговой информации: Монография: Издательство ВГУЭС, 2014. – 148 с.

30. Мартышенко С.Н. Анализ данных мониторинга социально-экономических процессов в муниципальных образованиях // *Информационные технологии моделирования и управления*. 2012. № 6 (78). С. 506-512.

31. Мартышенко С.Н., Мартышенко Н.С. Методы обработки нечисловых данных в социально-экономических исследованиях // *Вестник Тихоокеанского государственного экономического университета*. 2006. № 4 (40). С. 48-57.

32. Мартышенко С.Н., Мартышенко Н.С., Кустов Д.А. Средства разработки типологий по данным опросов в среде EXCEL // *Академический журнал Западной Сибири*. 2007. № 1. С. 75-77.

Статья поступила в редакцию 21.04.2019

Статья принята к публикации 27.05.2019