

## **АНАЛІТИЧНИЙ ЗВІТ**

**«Аналітичний звіт маркетингового дослідження конкурентних  
позицій ПП «Олком» (м. Мелітополь) на локальному ринку молока та  
молочних продуктів**

*Виконавці: Куліш Т.В., Лєгеза Д.Г., Демчук О.М.*

*Мелітополь, 2015*

## Резюме

Основна проблема дослідження заключається в рішенні складної задачі вивчення ринку молока та молочної продукції м. Мелітополь з метою підвищення конкурентних позицій ПП «Олком».

**Мета: дослідження:** оцінка конкурентної позиції ПП «Олком» на Мелітопольському ринку молока та молочних продуктів та визначення напрямів її зміцнення.

### **Задачі дослідження:**

1. Оцінити рівень попиту на молоко та молочну продукцію ПП «Олком».
2. Дослідити споживчі мотивації населення при виборі молока та молочної продукції.
3. Оцінити конкурентну позицію ТМ «Молочна ріка» на ринку молока та молочних продуктів.

В анкетуванні приймали участь 200 чоловік. З них 82 респонденти - робітники, школярі та студенти - 58 респондентів та тимчасово непрацюючих 11 опитаних. Більша частина опитуваних – жінки, так як саме вони, частіше ніж чоловіки, роблять покупки у магазинах для своєї сім'ї.

**В результаті анкетування визначили рекомендації щодо зміцнення конкурентної позиції ПП «Олком»:**

1. Найбільш раціонально буде просувати ТМ «Молочна ріка» саме в містах тому що, як мешканці міста, не мають змоги виробляти молоко власноруч, на відміну від сільських мешканців.
2. Підприємству доцільно збільшити обсяги виробництва популярної продукції серед населення: молоко, йогурти.
3. Підприємству доцільно розглянути диференціацію упаковок на свою продукцію в залежності від розміру родини.
4. Рекомендується приділяти увагу смаковим характеристикам продукту, намагатись стримувати підвищення цін та підтримувати якість

продукції, так як саме ці критерії споживачі звертають найбільше уваги при виборі продукції.

5. Удосконалити рекламну компанію; зробити її більш насиченою та розповсюдженою, щоб торгова марка була більш впізнаною в межах міста, області, країні.

6. Основними конкурентами ТМ «Молочна ріка» на місцевому ринку молока та молочної продукції є ТМ «Простоквашино» та ТМ «Яготинське». Пропонується впровадження заходів щодо підвищення конкурентоспроможності підприємства: підвищення якості продукції, збільшення товарного асортименту продукції та проведення рекламних кампаній і заходів щодо стимулювання споживачів до покупки.

7. Доцільно ПП «Олком» впроваджувати знижки, акції, сімейні упаковки на свою продукцію, щоб привабити нових покупців та стимулювати вже існуючих на збільшення обсягів їх покупок.

8. Підприємству доцільно розглянути можливість організації власних торгових точок (фірмових магазинів) в спальних районах міста, що є дуже зручно для споживачів та збільшить кількість потенційних споживачів.

9. Таким чином, підприємству необхідно підвищити імідж свого підприємства у свідомості споживачів, що сприятиме відданості споживачів ТМ «Молочна ріка» та розширювати асортимент продукції, що сприятиме залученню нових споживачів.

### **Методика дослідження.**

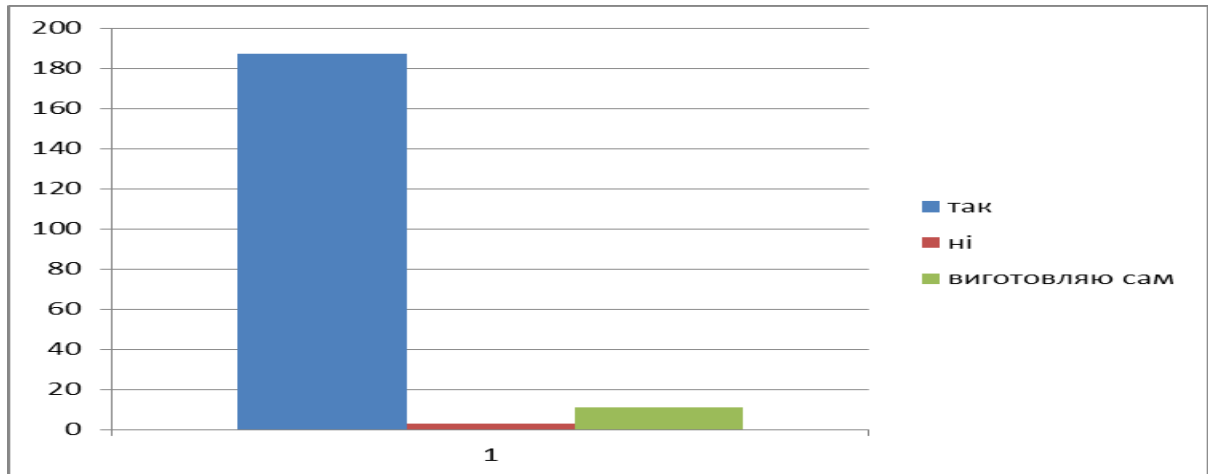
Для оцінки конкурентної позиції ПП «Олком» на ринку молока та молочних продуктів м. Мелітополь проведено анкетне опитування населення міста протягом лютого 2017 року. За статистичними даними населення міста складає біля 144 тис.осіб. Так як, молоко та молочні продукти є продукцією первинного попиту, тому приймаємо що є генеральною сукупністю становить є населення міста 144 тис.осіб. Довірчу вірогідність приймаємо 95-97%. Довірчий інтервал 5 % . За таких даних вибірка становить 383 чол. Обсяг репрезентативної вибірки склав 200 респондентів, що різняться за гендерним, віковим та соціальним принципом. Метод опитування – інтерв'ю. Для респондентів використовувалася анкета, макет якої наводиться (додаток). Для опитування була використана анкета, яка включала 21 питання загального, пошукового, комунікативного та заключного характеру.

Анкетування проводилося в центрі міста по пр. Б.Хмельницького, біля супермаркетів в центрі міста, біля ТЦ « Торговий квартал», по вул. Героїв України, навколо території центрального ринку.

## Результати дослідження:

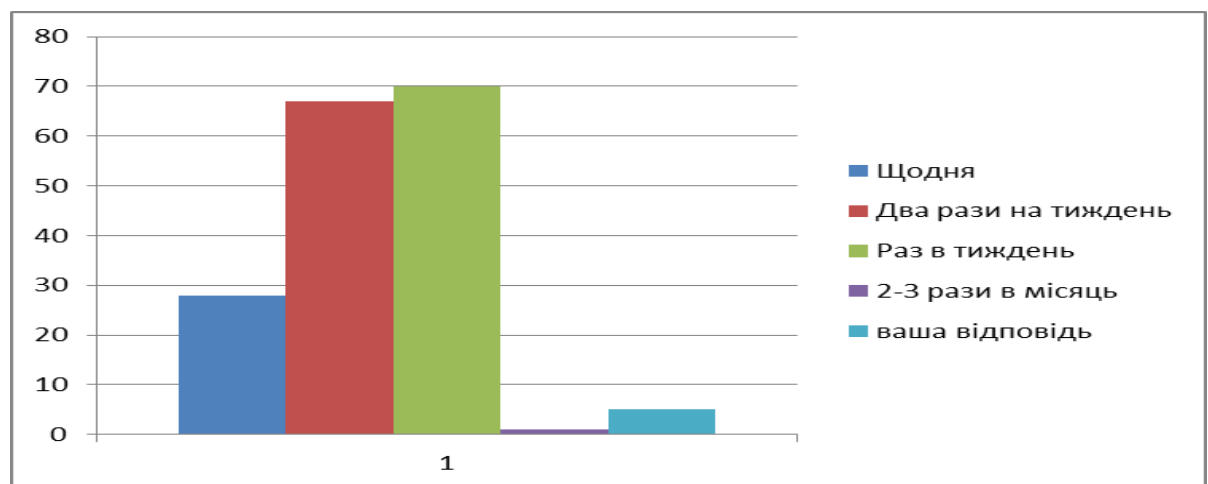
В анкетуванні прийняли участь 203 респонденти. В результаті першого питання «Чи купуєте Ви молочну продукцію» визначили потенційний та цільовий ринок для підприємства.

### 1. Чи купуєте Ви молочну продукцію?



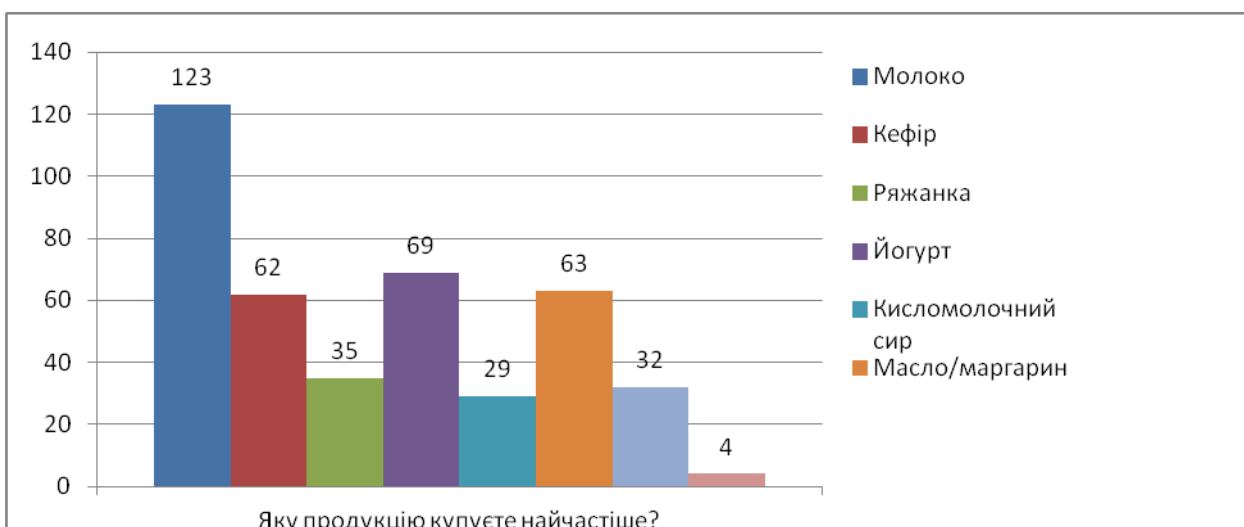
За даними графіка бачимо, що молочну продукцію купують 187 чоловік, троє з опитуваних не купують та 11 з них виготовляють самі, в основному це населення приміських районів та сіл.

### 2. Як часто Ви купуєте молочну продукцію?



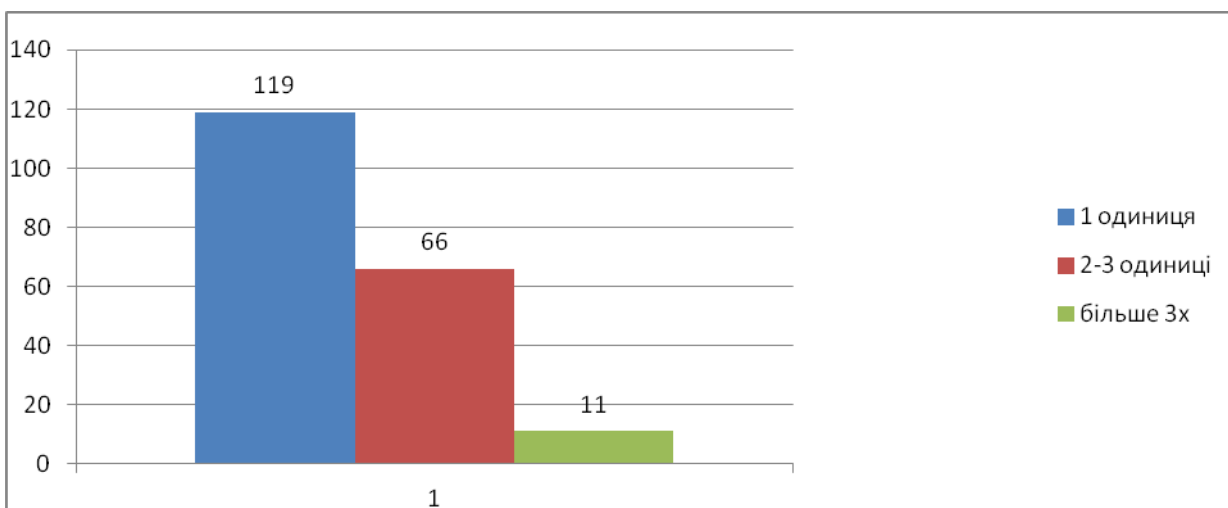
При визначення частоти придбання продукції визначили, що 70 чоловік купують молочну продукцію раз в тиждень, 67 – два рази на тиждень, 27 – купують щодня, а інші купують 2 рази на тиждень.

### 3. Яку продукцію купуєте найчастіше? (декілька варіантів)



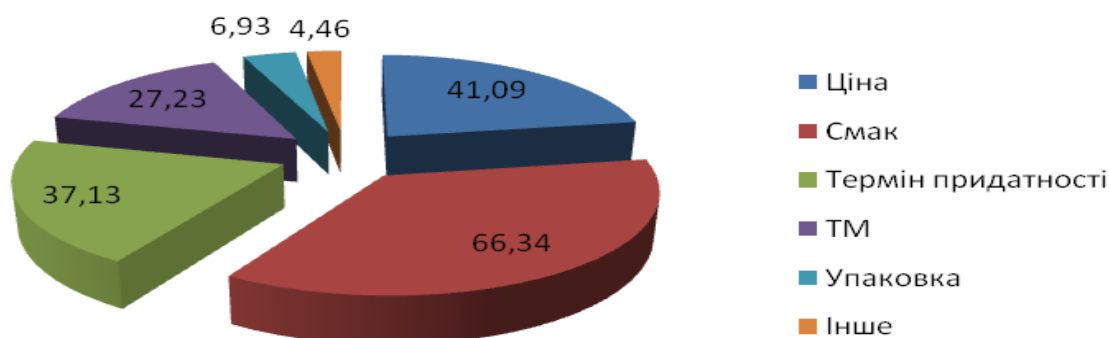
Найбільш популярна продукція серед молочних виробів це молоко (123 людини) та йогурт (63 людини), а найменшим попитом користується кисломолочний сир ( 29 людей) а також інша продукція. Тому підприємству необхідно звернути увагу на збільшення обсягів виробництва популярної продукції серед населення.

### 4. Скільки одиниць молочної продукції Ви купуєте за 1 раз?



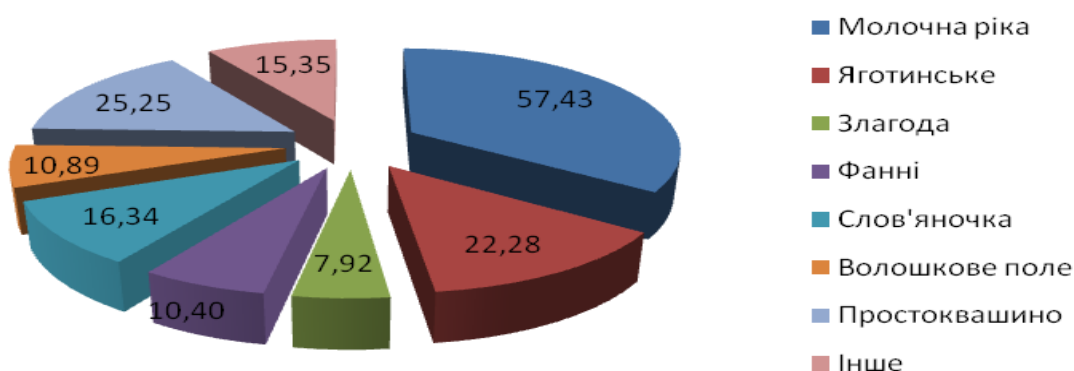
На основі рисунку, зробимо висновок, що на питання « Скільки одиниць молочної продукції ви купуєте за 1 раз?» 119 респондентів вибрало варіант відповіді 1 одиниця, 66 людей-2-3 одиниці і 11 респондентів-більше 3-х. Кількість придбаної продукції за один раз залежить від розміру родини.

## 5. За якими критеріями обираєте даний продукт?



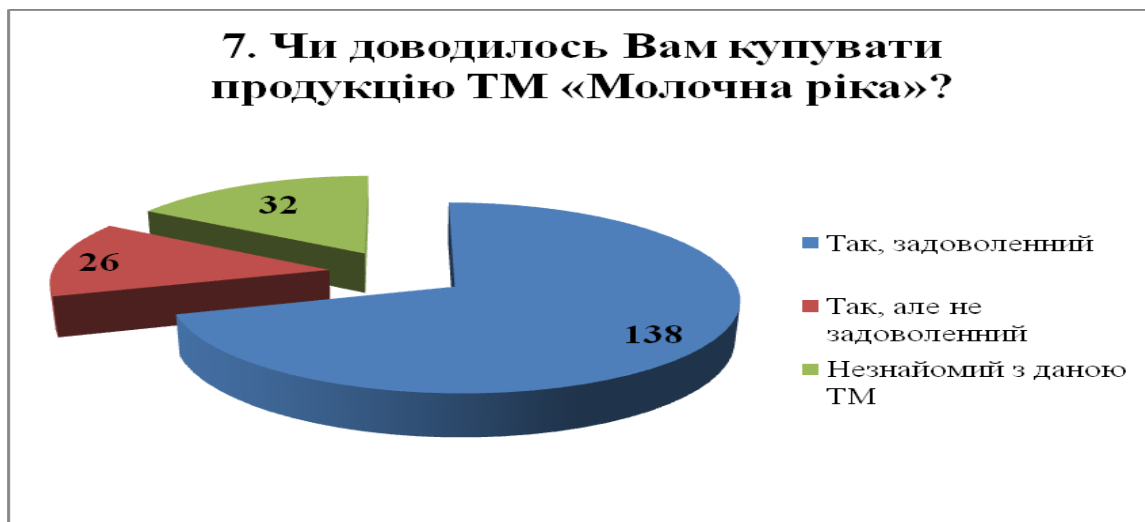
Проаналізувавши відповіді респондентів щодо основних критеріїв, за якими вони обирають молочні продукти було визначено, що для більшості опитуваних (66,34%) визначальну роль відіграє смак. Також важливими критеріями є ціна та термін придатності, на які звертають увагу 41,09% та 37,13% відповідно. Тому підприємству необхідно звернути увагу на дані критерії та врахувати їх при виготовленні та реалізації своєї продукції.

## 6. Продукції яких торгових марок Ви віддаєте перевагу?



Визначення найбільш популярних торговельних марок в місті Мелітополь показало, що більшість опитуваних надають перевагу місцевому виробнику ТМ «Молочна ріка» (57,43%). Основними конкурентами на цьому ринку є ТМ «Простоквашино» та ТМ «Яготинське», які обирають 25,25% та 22,28% відповідно.

Для посилення конкурентних позицій підприємству необхідно розглянути питання щодо розширення асортименту продукції.



Згідно проведеного дослідження було опитано 203 респондента, завдяки якому було в'яснено, що 138 осіб були задоволенні ТМ «Молочна ріка». Проте 26 осіб є не задоволеними, а 32 взагалі незнайомі з даною торговою маркою. Підприємству доцільно посилити рекламну кампанію своєї продукції для підвищення впізнаності продукції на ринку та збільшення кількості потенційних споживачів.



Згідно аналізу даного питання можна спостерігати, що 35,1 % респондентів є вірними своїй торговій марці, тобто не змінюють її. Найбільший відсоток, а саме 42,1, припадає на респондентів, які змінюють свій вибір молочної продукції рідко, або коли є певні знижки. А 20,3%

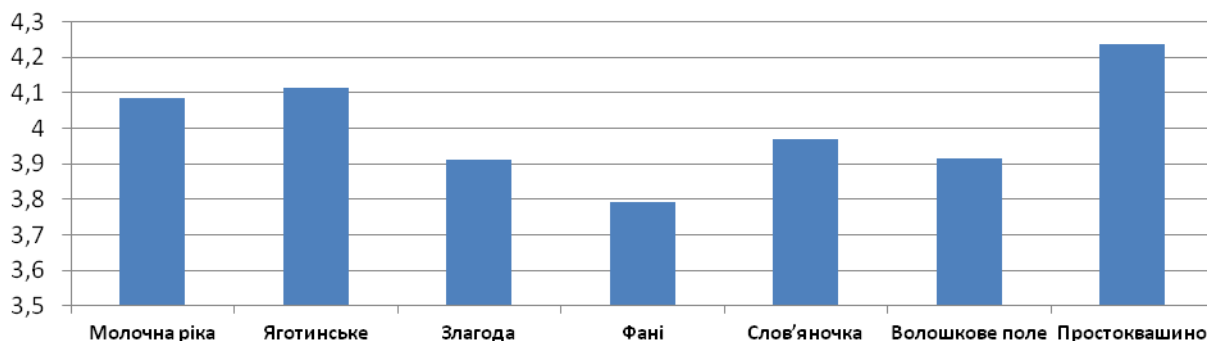


опитаних пробують щось нове, тим самим постійно змінюють свою ТМ. Таким чином, підприємству необхідно підвищити імідж свого підприємства у свідомості споживачів, що сприятиме відданості споживачів ТМ «Молочна ріка» та розширювати асортимент продукції, що сприятиме залученню нових споживачів.



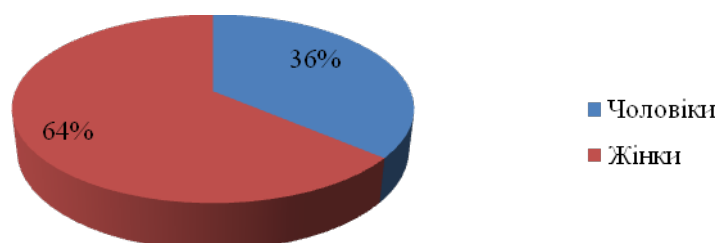
Якщо споживачі молочної продукції зіштовхнуться з такою ситуацією, як відсутності улюбленої ТМ у місці здійснення покупки, то 52% (101 респондент) візьмуть іншу торгову марку, інші 28% підуть до іншого магазину, а 20% підуть без покупки взагалі. Підприємству доцільно розглянути можливість організації власних торгових точок (фірмових магазинів) в спальних районах міста, що є дуже зручно для споживачів та збільшить кількість потенційних споживачів.

### Оцінка ТМ за критеріями



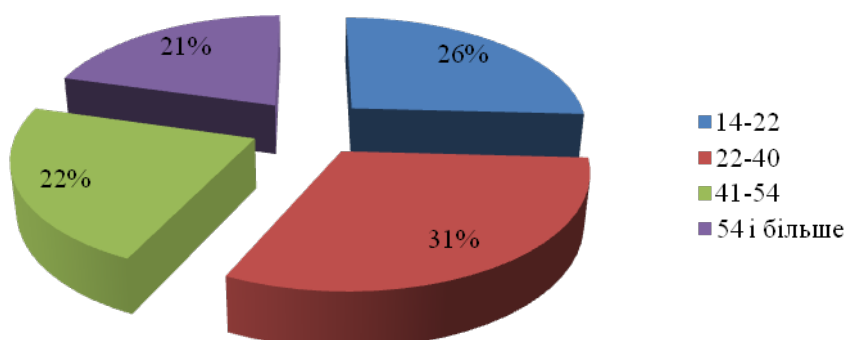
На основі проведеного анкетування визначили, що найбільшу загальну оцінку за критеріями отримала ТМ «Простоквашино» з середнім балом 4,24. На другому місці за середнім балом знаходиться ТМ «Яготинське» - 4,11, на третьому – ТМ «Молочна ріка» -4,08, на четвертому – ТМ «Слов'яночка» - 3,97, на п'ятому – ТМ «Волошкове поле» -3,14, на шостому – ТМ «Злагода» - 3,1, на сьомому – ТМ «Фані» 3,79. Досліджуване підприємство займає третє місце серед 7 відомих торгових марок, що представлені на ринку. Загалом це пов'язано з вужчим асортиментом продукції досліджуваної ТМ «Молочна ріка», так як цінив порівняні з іншими ТМ є достатньо доступними.

### 17. Ваша стать?



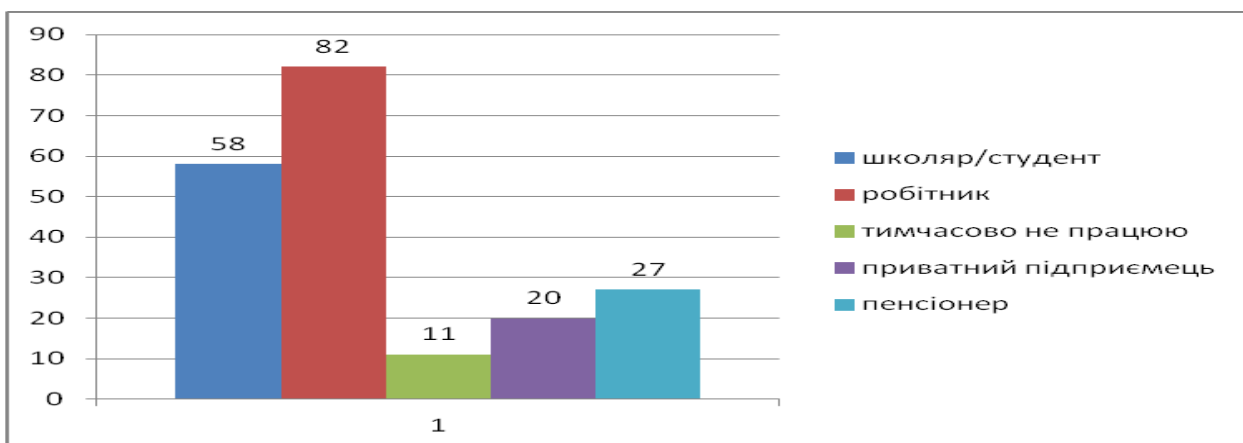
Аналізуючи дану діаграму, можемо сказати, що більша частина людей, яка брала участь в анкетуванні, є жінки. А саме, жінок на 28% або на 54 людини більше, ніж чоловіків, так як саме жінки частіше здійснюють покупки для родони.

### 18. Ваш вік?



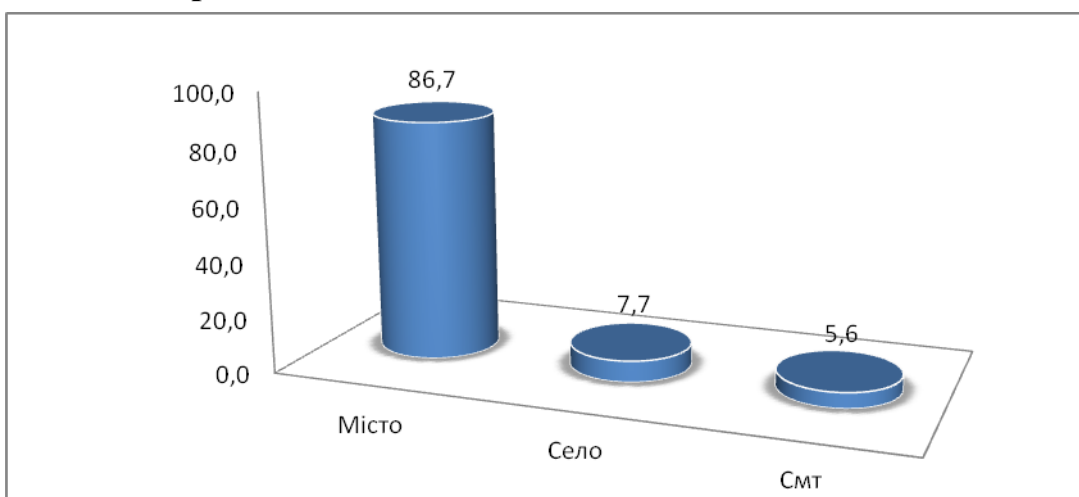
Більша частина опитуваних люди від 22-40 років, у процентному співвідношенні це складає 31%. Найменше опитуваних віком від 54 років та більше, вони складають 21%.

### 19.Рід занять?



Молочну продукцію купують найбільше робітники (82 респонденти); школяри та студенти (58 респондентів), найменше – тимчасово не працюючі (11 опитаних), що пов’язано з низькою платоспроможністю даної категорії населення.

### 21. Місце проживання?



Переважає кількість опитуваних, як ми можемо бачити на гістограмі, проживає у місті – 86,7%. Найменше людей проживають у СМТ – 5,6%.

## ВИСНОВКИ ТА РЕКОМЕНДАЦІЇ:

Таким чином, в результаті обробки анкети: можна зробити наступні висновки:

1 В анкетуванні приймали участь 200 чоловік. З них 82 респонденти - робітники, школярі та студенти - 58 респондентів та тимчасово непрацюючих 11 опитаних. Більша частина опитуваних – жінки, так як саме вони, частіше ніж чоловіки, роблять покупки у магазинах для своєї сім'ї.

2. Найбільш раціонально буде просувати ТМ «Олком» саме в містах тому що, як ми можемо бачити по статистиці, більша частина людей, що мешкають у місті, не мають змоги виробляти молоко власноруч, на відміну від сільських мешканців.

3. Найбільш популярна продукція серед молочних виробів це молоко (123 людини) та йогурт (63 людини), а найменшим попитом користується кисломолочний сир ( 29 людей) а також інша продукція. Тому підприємству необхідно звернути увагу на збільшення обсягів виробництва популярної продукції серед населення.

4. Частота покупок молока та молочної продукції та кількість придбаної продукції за один раз залежить від розміру родини. Підприємству доцільно розглянути диференціацію упаковок на свою продукції залежно від розміру родини.

5. Споживачі при виборі молока та молочних продуктів найбільшу увагу звертають на смак виробів, а також вагомими факторами є ціна та термін придатності. Таким чином для ПП «Олком» рекомендується приділяти увагу смаковим характеристикам продукту, намагатись стримувати підвищення цін та підтримувати якість продукції.

6. З опитаних 203 респондентів більша кількість знайома з ТМ «Молочна Ріка» та задоволена нею, проте 32 особи взагалі не знайомі. Тому є пропозиція розширити маркетингову стратегію та оновити рекламну компанію; зробити її більш насиченою та розповсюдженою, щоб торгова марка була більш впізнаною в межах міста, області , країні.

7. Визначено, що на місцевому ринку більше половини споживачів надають перевагу ТМ «Молочна ріка», а основними конкурентами на цьому ринку є ТМ «Простоквашино» та ТМ «Яготинське». Пропонується впровадження заходів щодо підвищення конкурентоспроможності (наприклад, підвищення якості продукції, збільшення товарного асортименту продукції) та проведення рекламних кампаній і заходів щодо стимулювання споживачів до покупки.

8. Згідно аналізу питання « Як часто Ви змінюєте торгову марку» 42 % змінюють її рідко, коли є знижки. Пропонуємо ПП «Олком» впроваджувати знижки, акції, сімейні упаковки на свою продукцію, щоб привабити нових покупців та стимулювати вже існуючих на збільшення обсягів їх покупок.

9. Ситуаційним питанням анкети є та проблема коли споживачі зіштовхуються з відсутністю своєї улюбленої торгової марки в місці здійснення покупки . 27% опитаних респондентів віданні своїй ТМ та підуть купувати її в інше місце, 20% підуть взагалі без покупки та 53% купляти іншу ТМ. Підприємству доцільно розглянути можливість організації власних торгових точок (фірмових магазинів) в спальних районах міста, що є дуже зручно для споживачів та збільшить кількість потенційних споживачів.

10. Таким чином, підприємству необхідно підвищити імідж свого підприємства у свідомості споживачів, що сприятиме відданості споживачів ТМ «Молочна ріка» та розширювати асортимент продукції, що сприятиме залученню нових споживачів.

### **КОНКУРЕНТНЕ СЕРЕДОВИЩЕ ПП «ОЛКОМ»**

**Мета:** Дослідити конкурентів ПП «Олком» на Мелітопольському ринку молочної продукції.

**Шановний учасник анкету!**

**ПП «Олком» - лідер на мелітопольському ринку молочної продукції, проводить анкетування з метою визначення та оцінки основних конкурентів. Просимо Вас, прийняти участь в анкетуванні. Ваша думка допоможе нам в подальшій роботі. Дякуємо за Ваші відповіді!**

**1. Чи купуєте Ви молочну продукцію?**

- 01 Так
- 02 Ні
- 03 Виготовляю сам

**2. Як часто Ви купуєте молочну продукцію?**

- 01 Щодня
- 02 Два рази на тиждень
- 03 Раз в тиждень
- 04 2-3 рази в місяць
- 05 Ваша відповідь \_\_\_\_\_

**3. Яку продукцію купуєте найчастіше? (декілька варіантів)**

- 01 Молоко
- 02 Кефір
- 03 Ряжанка
- 04 Йогурт
- 05 Кисломолочний сир
- 06 Масло /спред /маргарин
- 07 Сирки глазуровані
- 08 Ваша відповідь \_\_\_\_\_

**4. Скільки одиниць молочної продукції Ви купуєте за 1 раз?**

- 01 1 одиниця
- 02 2-3 одиниці
- 03 Більше 3х

**5. За якими критеріями обираєте даний продукт? (декілька варіантів)**

- 01 Ціна
- 02 Смак
- 03 Термін придатності
- 04 Торгова марка
- 05 Упаковка
- 06 Ваша відповідь: \_\_\_\_\_

**6. Продукції яких торгових марок Ви віддаєте перевагу? (декілька варіантів)**

- 01 Молочна ріка
- 02 Яготинське
- 03 Злагода
- 04 Фані
- 05 Слов'яночка
- 06 Волошкове поле
- 07 Простоквашино
- 08 Ваша відповідь: \_\_\_\_\_

**7. Чи доводилось Вам купувати продукцію ТМ «Молочна ріка»?**

- 01 Так, задоволений
- 02 Так, але незадоволений
- 03 Не знайомий з даною ТМ

**8. Як часто Ви змінюєте торгову марку?**

- 01 Постійно змінюю, пробую щось нове
- 02 Змінюю рідко, коли є знижки на нові ТМ
- 03 Не змінюю

**9. Якщо продукту Вашої улюбленої торгової марки немає у місці здійснення покупки, що Ви виберете?**

- 01 Піду до іншого місця здійснення покупки
- 02 Візьму іншу ТМ
- 03 Піду без покупки

**Оцініть торгові марки за даними критеріями (від 1 до 5).**

ТМ \ Критерії	01 Ціна	02 Смак	03 Термін придатності	04 Упаковка
10. Молочна ріка				
11. Яготинське				
12. Злагода				
13. Фані				
14. Слов'яночка				
15. Волошкове поле				
16. Простоквашино				

**17. Ваша стать?**

- 01 Чоловіча
- 02 Жіноча

**04 Приватний підприємець**

**05 Пенсіонер**

**18. Ваш вік?**

- 01 14-22
- 02 22-40
- 03 41-54
- 04 55 і більше

**20. Склад родини**

- 01 1 чоловік
- 02 2 чоловіки
- 03 3 чоловіки
- 04 4 і більше

**19. Рід занять?**

- 01 Школяр/студент
- 02 Робітник
- 03 Тимчасово не працюю

**21. Місце проживання:**

- 01 Місто
- 02 Село
- 03 СМТ

