

УДК 339.13

Горбань С.Ф.¹, Земскова В.М.²

¹канд. техн. наук, доц. НУ «Запорізька політехніка»

²студ. гр. МТЕ-211 НУ «Запорізька політехніка»

ДОСЛІДЖЕННЯ ПЕРЕВАГ СПОЖИВАЧІВ ЩОДО ВИБОРУ СОРТІВ ЧАЮ НА РЕГІОНАЛЬНОМУ РИНКУ

У роботі наведено результати дослідження регіонального ринку чаю. Отримані дані дозволили виявити споживчі уподобання серед мешканців м. Запоріжжя щодо вибору марки чаю.

Міжнародний ринок чаю з кожним роком розвивається швидше і швидше. У магазинах є великий вибір різних сортів чаю. Підприємства, що виробляють чай, постійно шукають ринки збуту товару. Зрозуміло, щоб увійти на новий ринок, необхідно спочатку провести маркетингове дослідження, яке дозволить зрозуміти підприємству, чи є сенс постачати продукцію, чи ні. Зараз на ринку чаю існує сильна конкуренція, і тільки той виробник, який постійно вивчає потреби споживачів, зможе успішно працювати на ринку.

Основною формою збору інформації у нашому дослідженні було анкетне опитування. Визначення обсягу вибірки залежить від рівня довірчого інтервалу допустимої статистичної помилки. Обсяг вибірки при анкетуванні жителів міста склав 150 респондентів. Фактична помилка вибірки у нашому дослідженні становить 5%, що цілком допустимо та відповідає рівню «звичайної надійності».

Перше питання дослідження було спрямовано на визначення, чи п'ють респонденти чай. 82% відповіли, що п'ють чай щодня; 8% відповіли, що п'ють чай час від часу і 10% відповіли, що ніколи не п'ють чай, оскільки надають перевагу каві.

Найбільше респондентів знають сорти чорного чаю – 35%; 25% респондентів назвали зелений чай, 4% назвали червоний чай, 5% – білий чай, 11% респондентів назвали сорт чаю улун, 8% – жовтий чай та 12% респондентів назвали трав'яний чай.

Результати дослідження популярності різних сортів чаю можна сказати, що серед жителів нашого міста найпопулярнішими марками чаю є чай Lipton, Ahmad, Greenfield. Їх обирають 45% опитаних. Інші марки чаю мають набагато меншу популярність. Респонденти, віддають перевагу цим маркам купують чорний чай (30%), із них 10% чоловіків та 20 % жінок. Зелений чай віддають перевагу 35% респондентів, з них 15% чоловіків і 20% жінок. Чаї з різними фруктовими запахами полюблюють 15% опитаних, із них 5% чоловіків та 10% жінок. Таким чином, більшість опитаних люблять пити чай і п'ють його кожен день, що дозволяє нам зробити висновок про перспективність регіонального ринку чаю.

Дослідження щодо з'ясування, як часто купують чай респонденти, показало, що 25% респондентів купують чай один раз на тиждень, 45% – один раз на два тижні, 30% – один раз на місяць та 10% – один раз на рік. Звідси випливає, що люди, які полюблюють чай, купують його раз на тиждень з урахуванням кількості членів сім'ї.

Дослідження також дозволило з'ясувати, чим керуються респонденти коли купують чай: 35% респондентів вибирають чай за смаковими відчуттями, за кольором чай обирають 15% респондентів, ціна відіграє важливу роль при виборі чаю для 25% опитаних, на пакування чаю звертають увагу лише 18 % респондентів, а на марку – 7% опитаних. Таким чином, можна зробити висновок, що при виборі чаю люди керуються переважно смаковими відчуттями, колірним сприйняттям і ароматом, а також ціною.

При купівлі чаю 70% респондентів беруть одну пачку чаю на всю сім'ю, і лише 30% респондентів беруть одразу кілька пачок чаю різних марок. Але не зважаючи на це магазинам потрібно мати необхідний асортимент, щоб споживачам було легше робити вибір.

Важлива також поведінки споживачів при купівлі чаю. Аналіз показав, що респонденти практично не змінюють свої переваги стосовно виду чаю (40%), Віддають перевагу тільки одному виду чаю 30% опитаних. Щоразу купують нову пачку чаю 12% респондентів. Часто змінюють переваги у сфері вибору чаю 18% респондентів. Чоловіки більш постійні при виборі чаю, тоді як жінки люблять пробувати різні сорти чаю, але все-таки більшість любителів чаю залишаються вірними своїм уподобанням.

Щодо питання, як впливає чай на здоров'я? 40% респондентів відповіли, що чай підвищує настрій; 20% – що чай для них приємна традиція; 25% що їм подобається закінчувати обід або вечерю чашкою чаю, і 15% просто люблять розпочинати день із чашки чаю.

Дослідження вартості чаю дали такі результати. На цінову категорію впливає сорт, якість, процес створення, бренд чаю та інші показники. Кожна торгова марка встановлює свою ціну на чай, на яку може впливати як внутрішні фактори, так і зовнішні. Пачки чаю вартістю від 50 до 100 грн купують чай студенти, пенсіонери люди з невисоким доходом (40%). Чай від 100 до 200 грн купують люди зі середнім доходом (40%). Чай найвищої якості за 200-500 грн можуть дозволити собі населення з певним достатком (20%).

Чай на вагу купують 40% респондентів, 60% респондентів люблять купувати чай у пакетиках та на вагу. У супермаркетах купують чай 60 % респондентів, до спеціальних чайних магазинів ходять за чаєм лише 20% покупців, в Інтернеті замовляють чай 20%. Таким чином, більшість споживачів купують чай у супермаркетах, тому що їм так зручніше. Споживачі люблять також додавати до чаю цукор (40% респондентів), лимон (35% опитаних), любителів наливати трохи молока у чай – 10%, м'яту – 5%, прянощі кладуть у чай 10% респондентів. Тому можна порекомендувати магазинам, що продають чай мати в асортименті не тільки різні сорти чаю, а й продукти що додають до нього.

Таким чином, можна зробити висновки.

Пити чай полюбують як жінки, так і чоловіки, шанувальники чаю знають багато сортів та марок чаю, більшість споживачів купують чай у супермаркетах ніж у спеціалізованих магазинах, замовляють через Інтернет незначна кількість опитаних; чоловіки більш постійні при виборі чаю, тоді як жінки люблять куштувати різні сорти чаю; проте більшість любителів чаю при його виборі залишаються вірними своїм уподобанням.

За результатами дослідження можна надати наступні рекомендації для виробників та споживачів чаю.

Виробникам необхідно формувати зворотний зв'язок із цільовою аудиторією це дозволить відстежувати думки споживачів щодо продукції та самого підприємства. Найпростіший спосіб – створити на сайті розділ, де споживачі могли б залишати свою думку про товар. Постійного проводити маркетингові дослідження; обдзвонювати своїх клієнтів та цікавитися їх думкою; проводити акції для клієнтів.

Також можна надати рекомендації для споживачів щодо правильного вибору чаю. При виборі чаю у пакетиках споживач повинен звернути увагу на те, що в пакетик чайки мають бути одного виду; сам пакетик чаю має бути без дефектів, на дні коробки чаю не повинно бути чорного пилу.

Запропоновані рекомендації дозволять споживачам вибрати чай, який найкраще зможе задовольнити їх потребу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Корнієнко А.А. Чайний ринок і тенденції його розвитку в Україні. Інформаційні технології: наука, техніка, технологія, освіта, здоров'я. 2017. Частина IV. URL : http://www.kpi.kharkov.ua/archive/microcad/2017/S23/tez_mic_17_IV_p220-p220.pdf (дата звернення: 05.04.2023).
2. Аналіз комплексу маркетингу бренду Lipton. URL : https://vuzlit.com/220330/analiz_kompleksu_marketingu_brendu_lipton (дата звернення: 05.04.2023).
3. Дослідження ринку чаю в Україні. URL: <https://koloro.ua/ua/blog/issledovaniya/issledovanie-rynka-chaja-v-ukraine.html> (дата звернення: 05.04.2023).