

ДОСЛІДЖЕННЯ СПОЖИВЧИХ МОТИВАЦІЙ У РАЗІ ПРИДБАННЯ ЗЕЛЕНОГО ЧАЮ

Кіктенко Т.В., гр.ТЕ-49

Науковий керівник – ст. викл. **Беляєва І.М.**
Харківський державний університет харчування та торгівлі

Вивчення попиту населення та кон'юнктури торгівлі є однією з найважливіших завдань роздрібних торговельних підприємств. Масовий попит на окремі товари спонукає до необхідності постійної їх наявності в магазині, розширення асортименту, його оновлення дає більш повне задоволення попиту споживачів і збільшення об'єму продажу товарів. Попит на нові товари складається поступово по ознайомленню покупців з споживчими властивостями продукції, її якістю, упакованням, доставкою. Попит на нові види зеленого чаю можна вивчати декількома способами. Найбільш простим і посилюючим є метод опитування покупців.

В супермаркеті “РОСТ” було вивчено попит населення на зелений чай. Супермаркет “РОСТ” знаходиться в тій частині міста Харкова, де розташовано центральний ринок, та біля сполучення різного виду транспорту, що дає зручність дістатися у різні райони міста. Поряд знаходиться ще декілька невеликих магазинів та лотків, кіосків (ринок) в які у продаж надходить зелений чай різних постачальників, вони складають невелику конкуренцію.

За допомогою анкети в супермаркеті “РОСТ” було опитано 100 покупців. Результати опитування наступні. Вік покупців був 20% - люди від 20 до 30 років; 20% - люди від 30 до 50 років; 25% – пенсіонери; 35% - школярі та молодь. Переважаючою групою респондентів були жінки (60%). За соціальною групою переважали робітники (55%), з них 65% - постійні покупці супермаркету. Проаналізовано, що з опитаних респондентів якістю продукції задоволено лише 70%, решта – прагне вищої якості. Також було відмічено регулярність надходження чаю зеленого до супермаркету, за цим показником 85% респондентів задоволені оновленням асортименту.

Таким чином, за результатами анкети-опитування можна зробити висновки, що зелений чай користуються досить високим попитом у населення, більшу частину якого складає молодь, люди середнього віку, зокрема, більшість з них робітничих спеціальностей. Більшість опитуваних дали позитивну оцінку якості продукту, були задоволені частотою оновлення асортименту.