

*Насыров И.Н., д.э.н., профессор ИНЭКА,
Насыров М.Н., к.г.-м.н., доцент ИНЭКА,
Давлетова Л.Р., заведующий метод. каб. ИНЭКА,
Фардеева А.Р., студент ИНЭКА*

СОЗДАНИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯМИ МАРКЕТИНГОВОГО ОБРАЗА ЭКОЛОГИЧЕСКОЙ ЧИСТОТЫ ПРОДУКТОВ ПИТАНИЯ

При изучении факторов, определяющих выбор покупателями продуктов питания в магазине с учетом их происхождения, было обнаружено, что главными из них являются следующие: продукты должны быть, во-первых, местными органическими деревенскими и, во-вторых, местными экологически чистыми с доказательством этого. Причем, если первый тип продуктов присутствует на рынке, то второго типа нет. Поэтому в Татарстане образовалась пустая, пока еще никем не занятая рыночная ниша для развития малого предпринимательства в области производства экологически чистых продуктов питания.

Отличие экологически чистых продуктов питания от обычных заключается в том, что они оказывают благоприятное воздействие на организм человека и повышают его иммунитет [1]. В связи с возрастающим интересом населения к экологически чистым продуктам возникает вопрос: «Какие же факторы лучше всего доказывают экологически чистое происхождение продуктов?». Для ответа на этот вопрос 17.10.11 г. среди студентов Камской государственной инженерно-экономической академии был проведен опрос, в котором участвовало 118 человек, из них юношей - 13, девушек – 105, с 1 курса – 14, со 2 курса – 17, с 3 курса – 61, с 4 курса – 26. Опрос проводился двумя способами: сначала требовалось распределить 100% своего мнения среди 7 рассматриваемых факторов:

- 1) семена натуральные негибридные;
- 2) удобрения натуральные: навоз, перепрелая растительность;
- 3) микроклимат за счет окружающей лесополосы;

- 4) человеческое любящее отношение к растениям;
 - 5) естественный полив: дождь, роса, подпочвенные воды;
 - 6) разнообразие соседствующих растений;
 - 7) заранее определенная предназначенность растений; –
- а затем выбрать из них единственный, наиболее важный. Результаты обрабатывались с помощью среднеарифметического усреднения, определения мнения большинства, а также усреднения мнения при выборе только одного варианта из возможных.

Получено, что как в среднем, так и для большинства опрошиваемых наиболее важным фактором являются семена, затем – удобрения, далее – микроклимат (рис. 1). В случае однозначного выбора первое место также занимают семена, второе – удобрения, а третье – человеческое отношение, любовь к растениям.

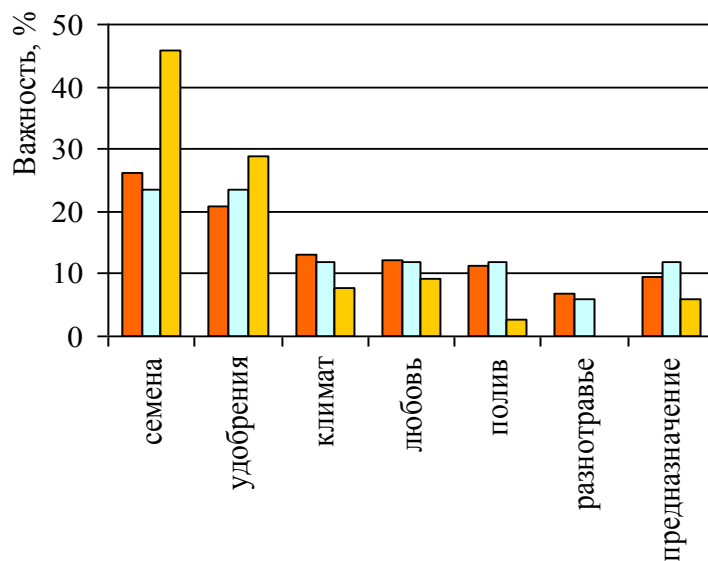


Рис. 1. Мнение опрошенных, считающих указанные факторы важными: слева – усредненное мнение при распределении среди всех факторов, посередине – мнение большинства, справа – при выборе единственного фактора из всех.

Для юношей, в отличие от девушек, во всех случаях важнее микроклимата за счет окружающей лесополосы является человеческое любящее отношение к растениям (рис. 2).

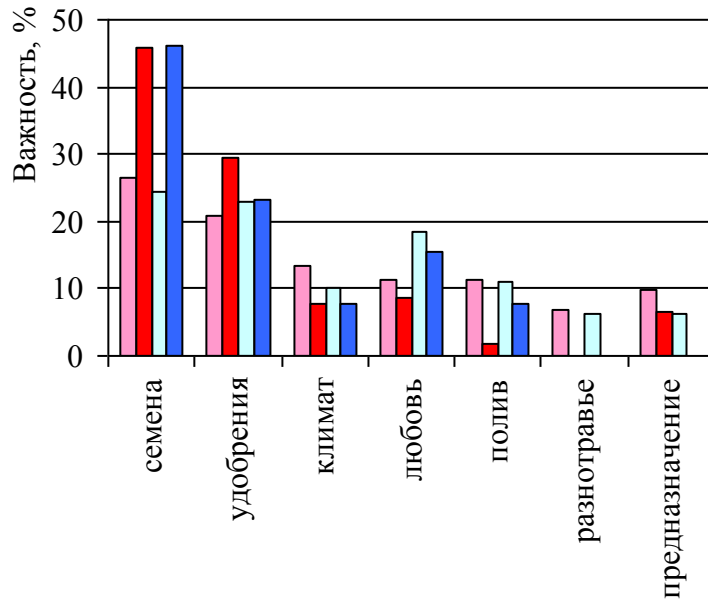


Рис. 2. Мнение опрошенных, считающих указанные факторы важными: первые два в группе - мнение девушек, вторые два – юношей, из них слева – усредненное мнение, справа – единственное

Соотношение факторов с точки зрения студентов первого, третьего и четвертого курсов совпадает с общим средним случаем, а для студентов второго курса важнее микроклимата за счет окружающей лесополосы является человеческое любящее отношение к растениям (рис. 3).

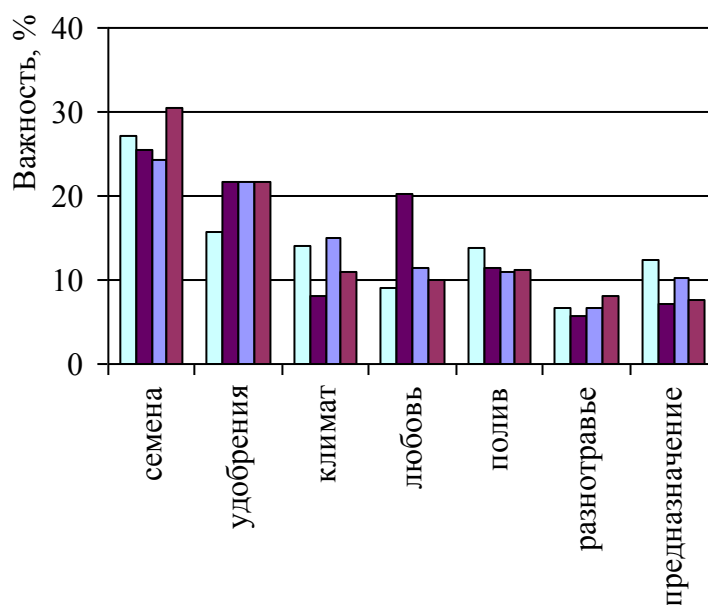


Рис. 3. Мнение опрошенных о важности указанных факторов: слева направо в каждой группе – усредненное мнение студентов, учащихся на 1-4

курсах

В случае однозначного мнения для первокурсников на третьем месте по важности идет заранее определенная предназначенность растений (рис. 4).

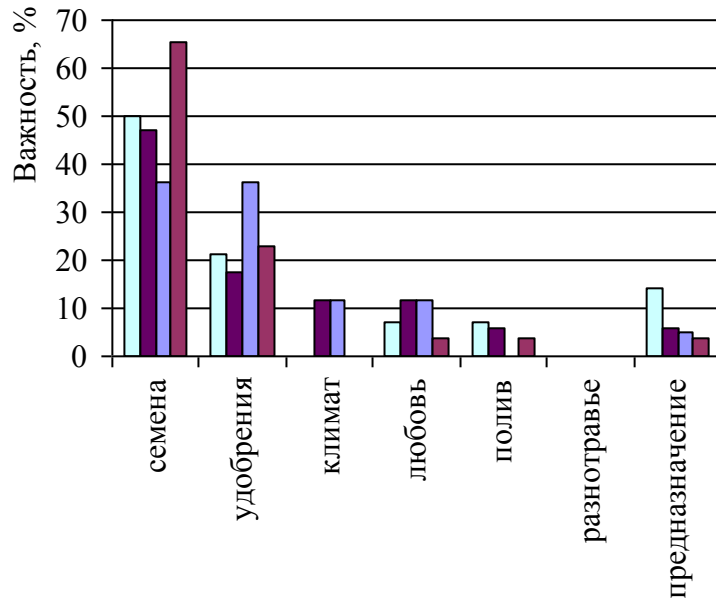


Рис. 4. Мнение опрошенных о важности указанных факторов: слева направо в каждой группе – однозначное мнение студентов, учащихся на 1-4 курсах.

Усредненное мнение опрошенных о важности факторов выращивания растительных продуктов питания в зависимости от специальности обучения выявило наибольший приоритет удобрений у студентов, обучающихся по специальности «менеджмент» (рис. 5).

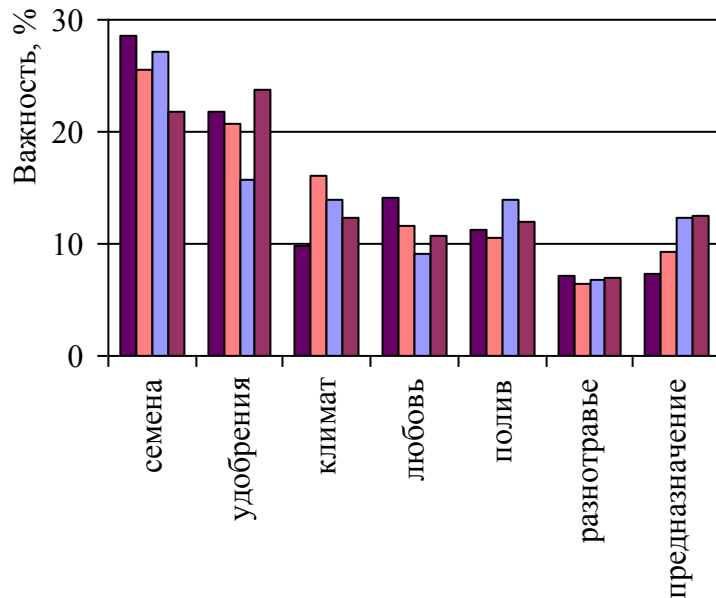


Рис. 5. Мнение опрошенных о важности указанных факторов: слева направо – усредненное мнение студентов, обучающихся по специальностям «бухгалтерский учет», «финансы и кредит», «налоги и налогообложение», «менеджмент»

Однозначное мнение опрошенных подтвердило гораздо больший приоритет удобрений у студентов, обучающихся по специальности «менеджмент» (рис. 6). У студентов третьего курса после семян и удобрений идет предназначенность растений.

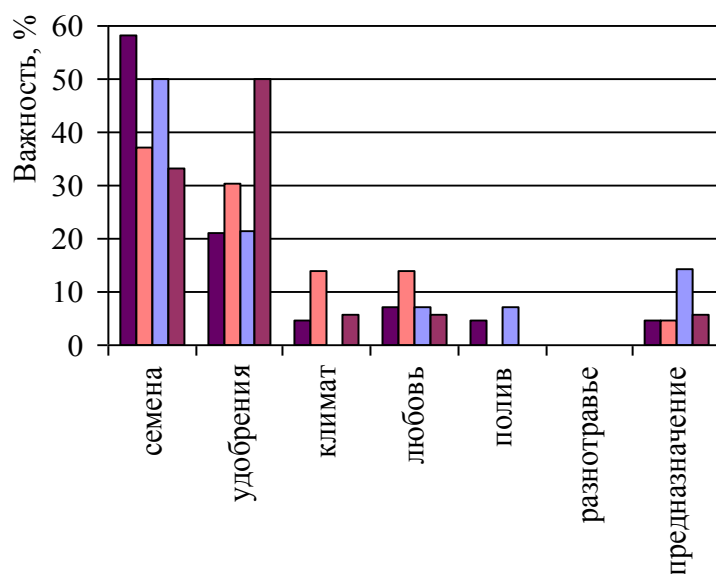


Рис. 6. Мнение опрошенных о важности указанных факторов: слева направо – однозначное мнение студентов, обучающихся по специальностям

«бухгалтерский учет», «финансы и кредит», «налоги и налогообложение», «менеджмент»

Распределение количества опрошенных от мнения самих опрошенных является типичным для социологических опросов, что подтверждает достоверность полученных результатов (рис. 7). Наблюдаемые максимумы вблизи 50 % связаны с систематической ошибкой опросов подобного рода в виде предпочтения круглых чисел и, соответственно, провалам вокруг них.

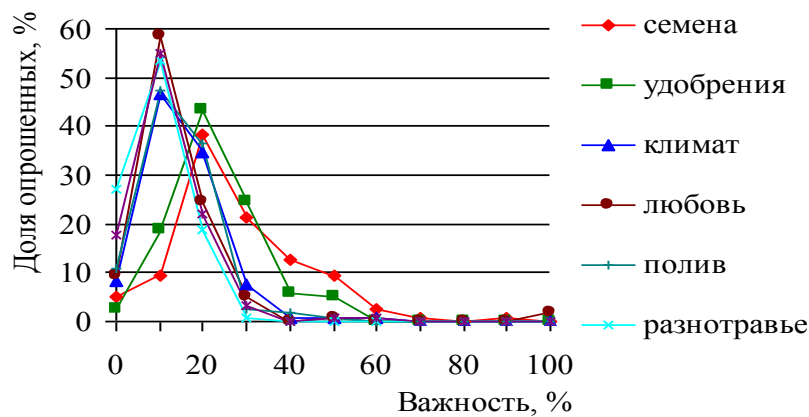


Рис. 7. Распределение доли опрошенных, считающих указанные факторы главными, по степени важности этих факторов.

Таким образом, установлено, что из всех рассмотренных факторов главными являются семена натуральные негибридные и удобрения натуральные, которые, по мнению большинства опрошенных, как раз и доказывают экологически чистое происхождение продуктов. Исходя из этого, можно предложить следующую рекомендацию предпринимателям для создания маркетингового образа экологической чистоты производимых продуктов питания: надо предъявлять покупателям подробное описание процедур подготовки естественных негибридных семян и обработки почвы с использованием природных удобрений, желательно подтвержденным документально какой-либо специализирующейся в этом направлении организацией.

Список литературы

1. Об экологически чистом оздоровительном питании / И. Н. Насыров, Л. Р. Мингазова, З. К. Насырова, А. Н. Мартынов // Вестник Чувашского университета. 2011, № 1. С. 424-428.