

ИССЛЕДОВАНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ПРЕДПОЧТЕНИЙ ПРИБРЕТЕНИЯ ПРОДОВОЛЬСТВИЯ В МАГАЗИНАХ И НА ПРОДУКТОВЫХ РЫНКАХ (на примере г. Волгодонска)



Бондаренко Виктория Андреевна,

д. э. н., профессор кафедры Маркетинга и рекламы, Ростовский государственный экономический университет (РИНХ) (344002, г. Ростов-на-Дону, ул. Б. Садовая, 69)
b14v@yandex.ru



Костоглодов Дмитрий Дмитриевич,

д. э. н., профессор кафедры Маркетинга и рекламы, декан факультета «Торговое дело», Ростовский государственный экономический университет (РИНХ) (344002, г. Ростов-на-Дону, ул. Б. Садовая, 69)
d.d.kostoglodov@yandex.ru



Емельяненко Инна Сергеевна,

аспирант кафедры Маркетинга и рекламы, Ростовский государственный экономический университет (РИНХ) (344002, г. Ростов-на-Дону, ул. Б. Садовая, 69)
Emel_inna@yandex.ru

Цель. Определить изменение потребительских предпочтений приобретения продовольствия в магазинах и на продуктовых рынках розничной торговли в малых и средних городах России на примере г. Волгодонска.

Задачи:

- аналитическое рассмотрение результатов маркетинговых исследований, проведенных со сходными поисковыми целями по определению аспектов потребительских предпочтений приобретения продовольствия в малых и средних городах;
- проведение маркетингового исследования по уточнению специфики существующего потребительского спроса на продовольствие в плане мест его приобретения в малых и средних городах;

Результаты. Исследованы изменения потребительских предпочтений в плане выбора места приобретения продовольствия в малом и среднем городе, проанализированы мотивы изменения существующих предпочтений, проведено маркетинговое исследование, позволившее прояснить современную ситуацию в отношении потребительских предпочтений в плане приобретения продовольствия.

Выводы. Проведенное в статье маркетинговое исследование с сочетанием с аналитическим рассмотрением ранее опубликованных результатов маркетинговых исследований позволило сформулировать условия осуществления торговли продовольствием в малых и средних городах, выявить изменения потребительского спроса в отношении места приобретения продовольствия, отразить роль продовольственных рынков в типичном малом и среднем городе.

Ключевые слова: магазины; продуктовые рынки; потребительский спрос; розничная торговля; маркетинговое исследование; малый и средний город.

В период активного развития сетевой розницы в России, начиная с 2000-х, в период активного проникновения сетевого ретейла в регионы, в средние и малые города проявилась тенденция сокращения оборота продовольствия на продуктовых рынках и укрепилось мнение, что магазинная торговля практически пол-

ностью вытеснит рыночную. Тем не менее, на данный момент можно констатировать, что рыночная торговля продовольствием сохранилась, а в малых и средних городах России население продолжает традиционно приобретать продовольствие на рынках на регулярной основе. Продуктовые рынки в таких городах составля-

ют серьезную конкуренцию сетевым и не сетевым магазинам.

Априори, можно предположить, что чем меньше размеры населенного пункта (города, поселка городского типа), тем большее значение в нем имеет рыночная торговля. Причем в малых городах рынки приобретают особые функции места сосредоточения свое-