

УДК 330:636.92 (470.620)

UDC 330:636.92 (470.620)

**АНАЛИЗ СОВРЕМЕННОГО СОСТОЯНИЯ
РЫНКА МЯСА КРОЛИКОВ В
КРАСНОДАРСКОМ КРАЕ**

**THE ANALYSIS OF THE CURRENT STATE OF
THE MARKET RABBIT MEAT IN
KRASNODAR REGION**

Андреев Сергей Юрьевич
старший преподаватель
*Кубанский государственный аграрный
университет, Краснодар, Россия*

Andreev Sergey Yurievich
Senior lecturer
Kuban State Agrarian University, Krasnodar, Russia

В статье отражены результаты научного исследования современного состояния рынка кролиководческой продукции, полученные в результате анкетного опроса потребителей мясной продукции в крае. Были выявлены факторы, сдерживающие развитие регионального рынка крольчатины, а также мероприятия, способствующие его становлению.
Ключевые слова: МЯСО КРОЛИКОВ, ПОТРЕБИТЕЛИ, СПРОС, ПРЕДЛОЖЕНИЕ, ПРОИЗВОДИТЕЛИ, КРАСНОДАРСКИЙ КРАЙ

In the article the results of scientific research of a current state of the rabbit-breeding production market, received as a result of meat production consumers questionnaire in region, are reflected. The factors constraining the development of the regional rabbit meat market and also the actions promoting its formation have been revealed

Keywords: RABBIT MEAT, CONSUMERS, DEMAND, OFFER, MANUFACTURERS, KRASNODAR REGION

Проведенный нами анализ современного состояния спроса и отношения потребителей мясной продукции к мясу кроликов позволил выявить наличие множества проблем, сдерживающих развитие рынка крольчатины и кролиководства в целом.

Источником информации для анализа спроса на крольчатину послужили материалы проведенных нами социологических исследований. Был проведен анализ данных, собранных в ходе анкетных опросов населения Краснодарского края, имеющих отношение к потреблению мяса кроликов.

В ходе анкетных опросов покупателей мясной продукции было опрошено с помощью анкет 194 человека. Всю группу анкетированных респондентов мы разбили на две части: на лиц, периодически покупающих крольчатину в течение каждого года и тех, кто по каким-либо причинам не употребляет этот вид мяса или приобретает его реже одного раза в год.

При проведении социологического исследования было установлено, что лиц, не употребляющих этот вид мяса или приобретающих его реже одного раза в год, больше, чем потребителей, периодически покупающих крольчатину, в 6-7 раз, то есть доля лиц, употребляющих в течение года мясо кроликов, составила 15,2% по отношению ко всему контингенту граждан,

затронутыми нами в процессе опросов.

Анализ отношения к крольчатине лиц, не употребляющих этот вид мяса или приобретающих его реже одного раза в год (110 анкет), показывает, что в базе данных мужчины составили 30%, женщины 70%. Из них 52% имеют высшее, 21% среднетехническое, 12% среднее и 15% незаконченное высшее образование. Основная возрастная группа исследования 25-44 лет (46%). Молодежи в возрасте 18-24 лет было 14% (см. рисунок 1).

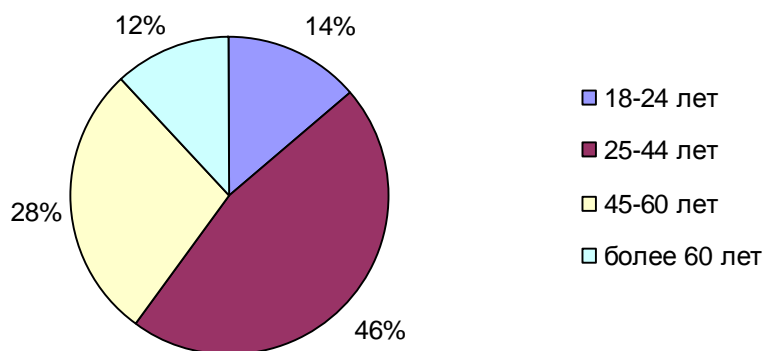


Рисунок 1 – Возраст опрошенных респондентов, не употребляющих крольчатину или приобретающих её реже одного раза в год

В процессе социологического исследования было также выявлено, что среди респондентов, не употребляющих этот вид мяса или приобретающих его реже одного раза в год, 74% опрошенных оказались женатыми (замужними), 16% не женатыми (не замужними), а 10% разведенными гражданами. Из них 83% имеют и 17% не имеют детей. Следует также отметить, что 49% опрошенных респондентов данной категории были работниками умственного труда (служащие), 20% – предпринимателями, остальную группу лиц составили рабочие и обслуживающий персонал, поэтому наибольшую группу лиц (34%) по среднедушевому доходу семьи составили граждане, зарабатывающие от 2301 до 7000 рублей в месяц (см. рисунок 2).

На вопрос «Ваши религиозные и другие убеждения позволяют употреблять крольчатину?» большинство опрошенных респондентов (87%) ответило утвердительно – «да». В процессе социологического исследования было также выявлено, что 88% покупателей мясной

продукции, не употребляющих крольчатину или приобретающих её реже одного раза в год, пробовали мясо кроликов, в то время как 12% анкетированных граждан ни разу его не ели.

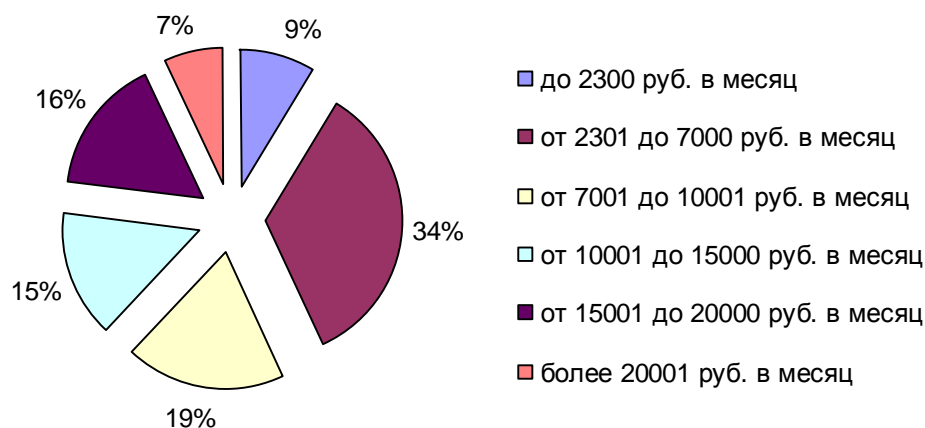


Рисунок 2 – Среднедушевой доход семей опрошенных респондентов, не употребляющих крольчатину или приобретающих её реже одного раза в год

В процессе опроса было выявлено, что респонденты, не употребляющие крольчатину или приобретающие её реже одного раза в год, имеют ряд причин, по которым они не покупают мясо кроликов (см. таблицу 1).

Таблица 1 – Причины, по которым опрошенные респонденты не употребляют крольчатину или приобретают её реже одного раза в год

№	Причины	В процентах от общего количества ответов, %
1	Не нравится мясо	6
2	Привычка	27
3	Высокие цены	17
4	Отсутствие крольчатины в продаже (дефицит)	20
5	По личным убеждениям	7
6	Нет желания	1
7	Нет крольчатины в супермаркетах	5
8	Не умею выбирать	2
9	Низкий доход	9
10	Нет времени ездить на рынок (искать)	6
ИТОГО		100

Из таблицы 1 видно, что основными причинами неупотребления крольчатины опрошенными респондентами являются: «привычка» (27%), «отсутствие крольчатины в продаже» (20%) и «высокие цены» (17%).

На вопрос «Какое мясо для себя Вы считаете более предпочтительным?»

большинство анкетированных потребителей (32%) отметило мясо кур, так как этот вид мяса всегда имеется в продаже в больших количествах и оно относительно дешево (см. рисунок 3).

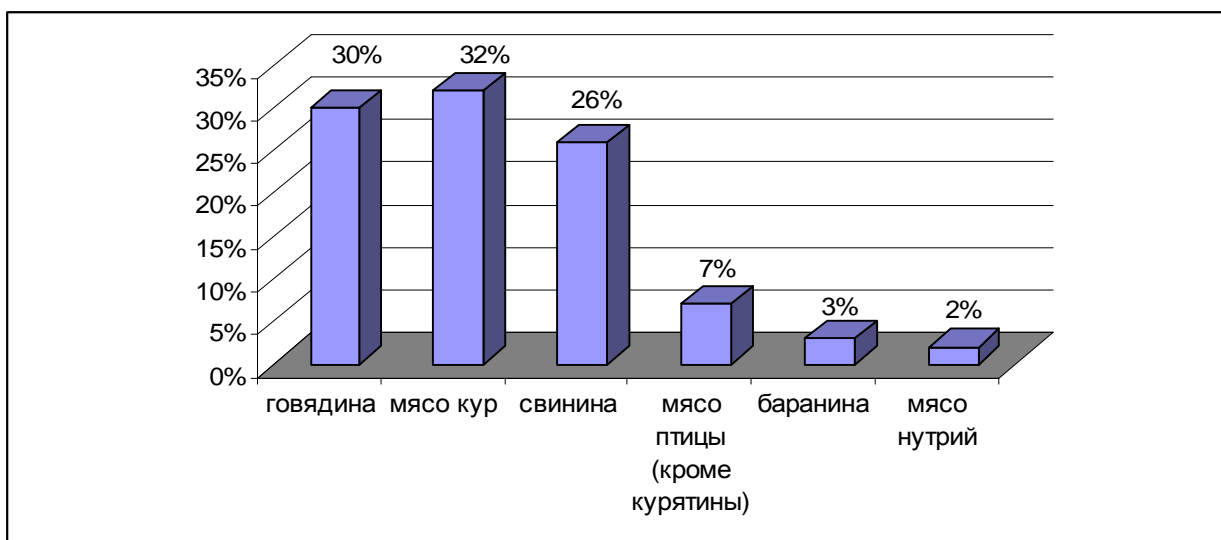


Рисунок 3 – Виды мяса, которое предпочитают респонденты, не употребляющие крольчатину или приобретающие её реже одного раза в год

Интересно отметить, что на вопрос «Какую цену на крольчатину Вы считаете оптимальной?» большинство респондентов (30%) ответило 101-120 руб./кг, в то время как 29% опрошенных покупателей считают оптимальным соотношение цен в пределах 151-200 руб./кг (см. рисунок 4).

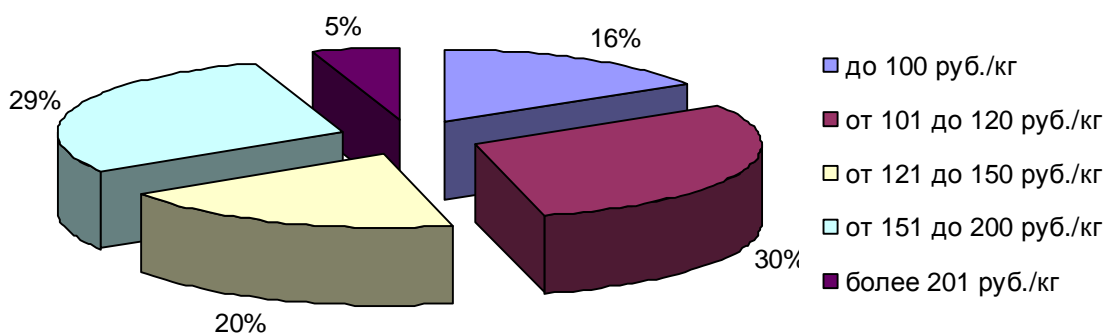


Рисунок 4– Приемлемый уровень цен на крольчатину с точки зрения респондентов, не употребляющих крольчатину или приобретающих её реже одного раза в год

Из рисунка 4 видно, что ценовой разрыв (от 121 до 150 руб./кг) среди наибольших групп респондентов, мнения которых разделились, довольно значителен, что, на наш взгляд, обусловлено, прежде всего, степенью информированности граждан о полезных свойствах крольчатины (см. таблицу 2). Покупатели, знающие о пользе мяса кроликов для человеческого организма, как правило, отмечали в анкетах более высокий уровень цен для данного вида мяса.

Таблица 2 – Информированность опрошенных граждан, не употребляющих крольчатину или приобретающих её реже одного раза в год, о свойствах крольчатины

Свойства крольчатины	Знаете ли вы, %		всего, %
	Да	Нет	
Крольчатина как диетический продукт рекомендуется:			
Людьми при пищевой аллергии	41	59	100
Детям	52	48	100
Людьми престарелого возраста	54	46	100
<i>Больным при заболевании:</i>			
гипертонической болезнью	49	51	100
сахарным диабетом	55	45	100
гастритом	47	53	100
желудка	37	63	100
печени	49	51	100
сердечно-сосудистой системы	45	55	100
желчных путей	29	71	100
У кролика всего 15-17% костей, а у крупного рогатого скота 20-25% (от веса туши)	39	61	100
Мясо кроликов у отечественных производителей обычно не содержит остатков антибиотиков, гормонов и других лекарственных средств	28	72	100
Среди сельскохозяйственных животных самое низкое содержание в мясе холестерина у кроликов	46	54	100

Из таблицы 2 видно, что опрошенные респонденты, не употребляющие крольчатину или приобретающие её реже одного раза в год, о некоторых свойствах мяса кроликов плохо информированы. Степень информированности данной категории лиц составила 44%, а на вопрос

«Как Вы считаете, информировано ли население о полезных свойствах крольчатины для организма человека?» большинство граждан (82%) ответило «нет».

Интересно также отметить, что на вопрос «Как Вы считаете – крольчатина как товар нужна обществу?» большинство опрошенных граждан (93%), не употребляющих крольчатину или приобретающих её реже одного раза в год, ответили «да». По мнению респондентов данной категории для стимулирования спроса на мясо кроликов необходимо проводить такие мероприятия как: рекламные акции, пропаганда, разъяснительные работы с населением, о чем свидетельствует таблица 3. Не менее важно, с точки зрения покупателей, не употребляющих крольчатину или приобретающих её реже одного раза в год, создание производителям оптимальных условий для стимулирования производства этой продукции и снижения цен на неё.

Таблица 3 – Мероприятия, способные оживить спрос на мясо кроликов с точки зрения респондентов, не употребляющих крольчатину или приобретающих её реже одного раза в год

№	Мероприятия	В процентах от общего количества ответов, %
1	Увеличить предложение	7
2	Реклама, пропаганда, разъяснительная работа с населением	56
3	Увеличить объем производства	7
4	Снизить цены на крольчатину	14
5	Снизить цены на корма	1
6	Уменьшить ввоз импорта	1
7	Обеспечить государственной поддержкой кролиководов	2
8	Поднять доходы населения	1
9	Советы медиков (врачей)	1
10	Дегустация в крупных супермаркетах	1
11	Доказательство на примерах пищевых (диетических) качеств крольчатины	1
12	Расширение точек реализации крольчатины	3
13	Расширение производства крольчатины для обеспечения детских дошкольных учреждений и школ	3
14	Расширение ассортимента товаров из мяса кроликов (наличие полуфабрикатов)	1
15	Не знаю	1
ИТОГО		100

Анализ спроса на крольчатину. Особое внимание следует уделить анализу спроса на мясо кроликов. В базе данных количество опрошенных потребителей крольчатины составило 84 человека. Из них мужчины составили 29%, а женщины 71%. Среди респондентов данной категории 42% опрошенных граждан имеют высшее, 22% среднетехническое, 11% среднее и 3% незаконченное высшее образование. Из рисунка 5 видно, что основная

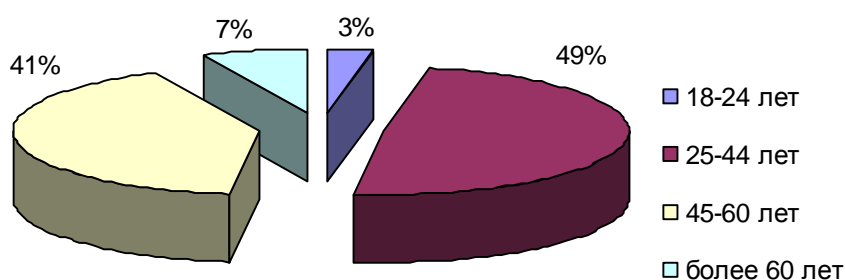


Рисунок 5 – Возраст опрошенных потребителей крольчатины

возрастная группа исследования – 25-44 лет (49%). Молодежи в возрасте 18-24 лет было 3% (см. рисунок 5).

В процессе социологического исследования было также выявлено, что среди респондентов употребляющих крольчатину, 71% опрошенных оказались женатыми (замужними) людьми, 6% – не женатыми (не замужними), по 10% вдовцами (вдовами) и разведенными, 3% – живет отдельно. Из них 88% имеют и 12% не имеют детей. Следует также отметить, что 46% опрошенных респондентов данной категории были работниками умственного труда (служащими), 26% – предпринимателями, остальную группу лиц составили рабочие и обслуживающий персонал, поэтому наибольшую группу лиц (36%) по среднедушевому доходу составили граждане, зарабатывающие от 2301 до 7000 руб. в месяц (см. рисунок 6).

В процессе опроса потребителям крольчатины предлагали высказать свою точку зрения на утверждения, указанные в таблице 4. Варианты

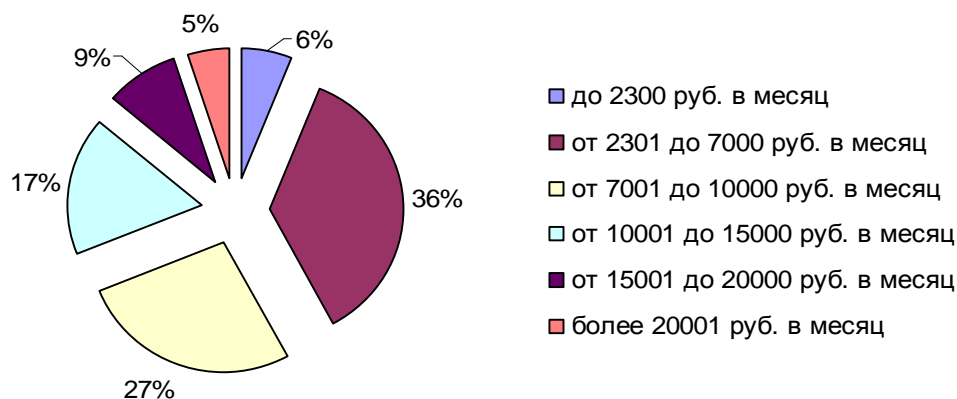


Рисунок 6 – Среднедушевой доход семей опрошенных респондентов употребляющих крольчатину

ответов в шапке таблицы были пронумерованы. Цифра «1» означала «полностью не согласен», «2» – «больше не согласен чем согласен», «3» – «50% на 50%», «4» – «больше согласен чем не согласен», «5» – «полностью согласен», «6» – «затрудняюсь ответить». Полученные ответы мы отразили (см. таблицу 4) в процентах от числа опрошенных потребителей.

Из таблицы 4 видно, что 63% опрошенных респондентов считает, что крольчатина полезна для организма человека. На утверждение относительно лучших свойств крольчатины по сравнению с мясом других сельскохозяйственных

Таблица 4 – Оценка утверждений респондентами, приобретающими крольчатину

Утверждения	Варианты ответов, %						Итого, %
	1	2	3	4	5	6	
Крольчатина полезна для организма человека	1		13	21	63	2	100
У крольчатины лучшие вкусовые качества по сравнению с другими видами мяса сельскохозяйственных животных	2	9	42	19	24	4	100
Крольчатина – экологически чистая продукция	1	5	13	20	52	9	100
Мясо кролика можно приобрести в любом - продуктовом магазине, - рынке	48	31	7	5	5	4	100
	7	12	24	23	30	4	100
Крольчатина всегда есть в наличии, нет дефицита	25	26	20	4	13	12	100

животных 42% анкетированных граждан ответили «50% на 50%», а 19% и 24% считают «больше согласен чем не согласен» и «полностью согласен» соответственно. Интересно отметить, что 52% опрошенных потребителей считают крольчатину экологически чистым мясом. Большая часть

респондентов также отмечают, что мясо кролика нельзя приобрести в любом продуктовом магазине, но его можно приобрести на продуктовых рынках. Данные таблицы 4 также отражают наличие дефицита мяса кроликов на рынках Краснодарского края.

На вопрос «Для профилактики каких болезней употребляете крольчатину?» получили такие ответы, как для профилактики заболеваний желудочно-кишечного тракта и печени (холецистита), аллергии, панкреатита, сахарного диабета, язвы желудка, гастрита и ожирения. Помимо крольчатины опрошенные потребители приобретают и другие виды мяса. На вопрос «Какое мясо Вы предпочитаете приобретать?» респонденты ответили не однозначно: говядина – 21%, курятина – 16%, свинина – 18%. Основной причиной популярности этих видов мяса является их относительная дешевизна.

Следует отметить, что степень информированности опрошенных потребителей крольчатины выше, чем у респондентов, не употребляющих крольчатину или приобретающих её реже одного раза в год, о чем свидетельствует таблица 5.

Из таблицы 5 видно, что опрошенные респонденты слабо информированы о пользе крольчатины при профилактике заболеваний печени, сердечно-

Таблица 5 – Информированности опрошенных потребителей крольчатины о свойствах мяса кроликов

Свойства крольчатины	Знаете ли вы, %		всего, %
	Да	Нет	
Крольчатина как диетический продукт рекомендуется:			
Людам при пищевой аллергии	64	36	100
Детям	68	32	100
Людам престарелого возраста	67	33	100
<i>Больным при заболевании:</i>			
гипертонической болезнью	51	49	100
сахарным диабетом	51	49	100
гастритом	57	43	100
желудка	64	36	100
печени	47	53	100
сердечно-сосудистой системы	43	57	100
желчных путей	39	61	100
У кролика всего 15-17% костей, а у крупного рогатого скота	37	63	100

20-25% (от веса туши)			
Мясо кроликов у отечественных производителей обычно не содержит остатков антибиотиков, гормонов и др. лекарственных средств	31	69	100
Среди сельскохозяйственных животных самое низкое содержание в мясе холестерина у кроликов	73	27	100

сосудистой системы, желчных путей, а общую степень информированности можно оценить в 52,5%, то есть на 8,5% выше, чем у покупателей, не употребляющих крольчатину или приобретающих её реже одного раза в год. На вопрос «Как Вы считаете, информировано ли население о полезных свойствах крольчатины для организма человека?» утвердительно – «да» ответило 22% анкетированных потребителей мяса кроликов, 62% ответили «нет».

На вопрос «Как часто в среднем Вы покупаете крольчатину?» получили неоднозначный ответ (см. таблицу 6).

Таблица 6 – Количество покупок крольчатины опрошенных респондентов в течение года

Количество покупок	В процентах от общего количества ответов, %
1	2
Один раз в неделю	4
Два раза в неделю	2
Один раз в месяц	30
Два раза в месяц	8

Продолжение таблицы 6

1	2
Три раза в месяц	1
Один раз в год	27
Два раза в год	7
Три раза в год	10
Четыре раза в год	4
Пять раз в год	3
Шесть раз в год	4
ИТОГО	100

Из таблицы 6 видно, что основная часть опрошенных потребителей (30%) приобретают крольчатину один раз в месяц. Вторая по величине группа респондентов (27%) покупает мясо кроликов один раз в год. На вопрос «Сколько тушек кроликов Вы приобретаете за одну покупку?»

было выявлено, что основная часть потребителей (77%) покупают по одной тушке кроликов за покупку (см. рисунок 7).

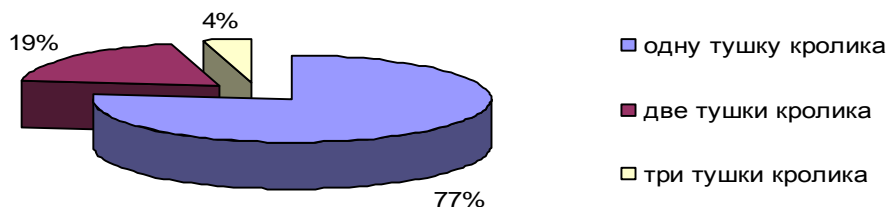


Рисунок 7 – Количество приобретаемых тушек кролика за одну покупку

Следует отметить, что в процессе социологического исследования проводился опрос потребителей как городского, так и сельского населения. Жители сельских территорий находятся ближе к товаропроизводителям крольчатины, и цены на местных рынках и в продовольственных магазинах ниже, чем в городах. Так, к примеру, цена за один килограмм охлажденного мяса кроликов в сельской местности колеблется в пределах от 90 до 120 руб/кг, в то время как в городе – от 160 до 240 руб/кг. Обобщенные показатели, отражающие данные о распространенных местах покупок крольчатины, ценах и среднем весе тушек кроликов рассмотрим в таблице 7.

Из таблицы 7 видно, что основная часть потребителей (73%) приобретает крольчатину на рынках и непосредственно у производителей (15%). Самые высокие цены за килограмм крольчатины, по мнению опрошенных респондентов, устанавливаются в универсамах, а наибольший вес тушек

Таблица 7 – Степень популярности различных мест покупки крольчатины

Места покупки крольчатины	В процентах от общего количества ответов, %	Средние цены за 1 кг, руб.	Средний вес тушек, кг
В универсамах	3	230	2
В мясных магазинах (лавках)	9	140	2,6
На рынках	73	136	2,3
Непосредственно у производителя	15	120	2,1
ИТОГО	100		

кроликов в мясных магазинах (лавках).

Социологический опрос показал также, что отношение потребителей к ценам на мясо кроликов не однозначно, о чем свидетельствует рисунок 8.

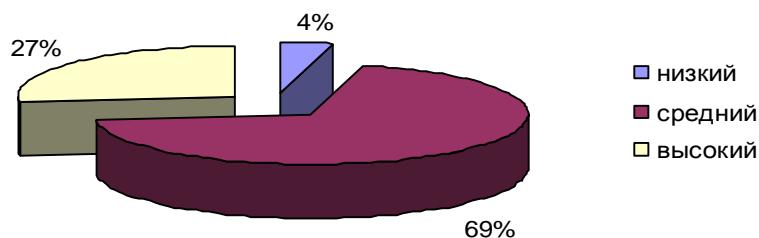


Рисунок 8 – Отношение потребителей к уровню цен приобретаемой крольчатины

Из рисунка 8 наглядно видно, что 69% опрошенных потребителей считают, что уровень цен приобретаемой крольчатины «средний», то есть приемлемый для них, в то время как 27% граждан считают цены высокими. На вопрос «Какую цену за один килограмм крольчатины Вы считаете оптимальной?» большая часть респондентов (41%) ответила – 101-120 руб./кг (см. рисунок 9), что в свою очередь объяснялось необходимостью, с точки зрения опрошенных лиц, сделать этот вид товара максимально доступным для большей части населения.

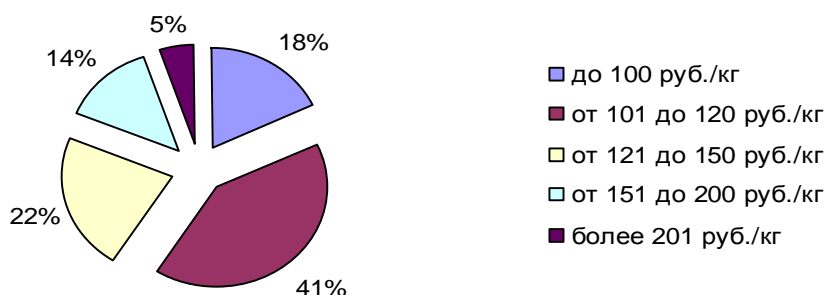


Рисунок 9 – Приемлемый уровень цен на крольчатину с точки зрения опрошенных потребителей

Интересно также отметить, что насыщенность рынка крольчатинной опрошенными респондентами оценивается по-разному, о чем наглядно свидетельствует таблица 8.

Таблица 8 – Оценка опрошенными респондентами насыщенности рынка крольчатинной

Степень насыщенности рынка	В процентах от общего количества ответов, %
Высокая	-
Достаточная	10
Удовлетворительная	29

Слабая	56
Затруднительная	5
ИТОГО	100

Из таблицы 8 видно, что большая часть опрошенных покупателей крольчатины (56%) считают насыщенность рынка мясом кроликов «слабой», что указывает на наличие дефицита мяса кроликов на рынках Краснодарского края.

Рассматривая спрос с точки зрения мотивов совершения покупки крольчатины, следует отметить, что основными причинами являются вкусовые качества этого вида мяса. Так, к примеру, 39% опрошенных респондентов отметили, что покупают мясо кроликов именно по этой причине, а 21% граждан приобретают этот вид мяса как деликатесный продукт к праздничному столу (см. рисунок 10).

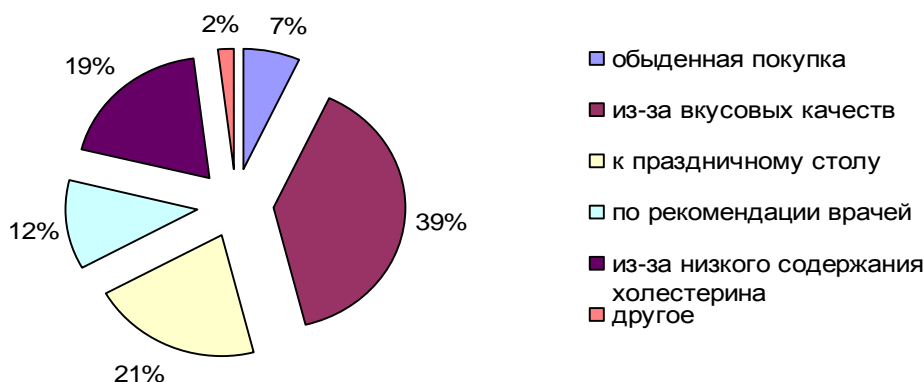


Рисунок 10 – Мотивы совершения покупки крольчатины

В процессе опроса покупателей также было выявлено, что 15% опрошенных респондентов считают приемлемым для себя вес тушки кролика в пределах 1,5-1,8 кг, 42% – 1,9-2,0 кг, 29% – 2,1-2,2 кг и 14% – более 2,2 кг.

Интересно также отметить, что в случае увеличения цен на крольчатину основная часть опрошенных покупателей (69%) собирается покупать мясо кроликов в прежнем объеме. В процессе социологического опроса было также выявлено, что 79% респондентов предпочитают приобретать свежатину, 20% – охлажденные и 1% замороженные тушки кролика.

Преследуя цель – наглядно отразить сложившийся средний уровень цен на кролиководческую продукцию за исследуемый период (первая половина 2007 года) в Краснодарском крае, мы отразили полученные в результате проведенного опроса данные в таблице 9.

Из таблицы 9 видно, что основная доля покупок из имеющегося ассортимента кролиководческой продукции приходится на приобретение тушек кролика без упаковки (78%), средняя цена составила 138 руб./кг. Следует отметить, что в нашей таблице были отражены такие товары как ножки кроликов, филе, половинки тушек (задняя часть), а также субпродукты (печень, почки, сердце), которые увидеть в продаже не представляется возможным не только на каждом рынке, где продается крольчатина, но и не в каждом городе Краснодарского края. Поэтому, на наш взгляд, следует подчеркнуть то обстоятельство, что мы рассмотрели в таблице 9 лишь те данные, которые смогли собрать в процессе опроса, то есть наши показатели косвенно отражают сложившуюся ситуацию со спросом на кролиководческую продукцию в Краснодарском крае.

Таблица 9 – Средние цены реализации кролиководческой продукции в Краснодарском крае

Ассортимент товаров	Средние цены, руб.	Доля покупок отдельных товаров в спросе на кролиководческую продукцию, %
1) крольчатина (за 1 кг): тушка кролика без упаковки, тушка кролика с упаковкой, половинка тушки (задняя часть), ножки, филе	138,0 230,0 210,0 180,0 230,0	78,0 6,0 5,0 2,0 1,0
2) изделия из шкурок кролика (за ед. товара): головные уборы, полушубок	525,0 6000,0	3,0 1,0
3) навоз (перегной), за 1 кг	0,3	1,0
4) печень, сердце, почки (за 1 кг)	80,0	3,0
ИТОГО	-	100,0

Интересно отметить, что все опрошенные респонденты предпочитают приобретать отечественную крольчатину. На вопрос «Чем вызвана ситуация низкого спроса на крольчатину?» большая часть респондентов

(40%) отметила – «неинформированностью граждан о полезных свойствах крольчатины» (см. рисунок 11).

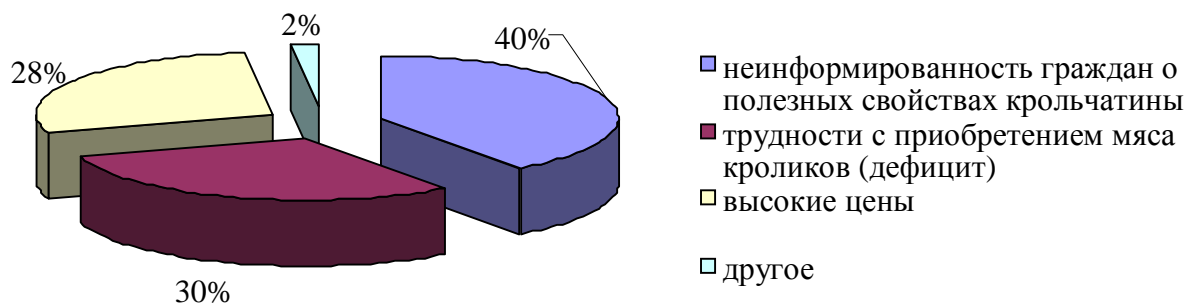


Рисунок 11 – Причины низкого спроса на крольчатину с точки зрения потребителей

В процессе социологического исследования мы также просили покупателей оценить условия продажи крольчатины, результаты опроса отразили в таблице 10.

Таблица 10 – Оценка условий продажи крольчатины

Критерии	В процентах от общего количества ответов, %					Итого, %
	Очень плохо	Плохо	Нормально	Хорошо	Очень хорошо	
Быстрота обслуживания	3	4	54	31	8	100
Внешний вид тушек кролика	1	5	46	34	14	100
Чистота в помещении		17	49	23	11	100
Разумность цены	3	24	62	8	3	100
Разнообразие ассортимента кролиководческой продукции	20	48	19	9	4	100

Из таблицы 10 видно, что разнообразие ассортимента кролиководческой продукции является единственным критерием, оцениваемым большинством потребителей (48%) как «плохое».

На вопрос «Нужна ли крольчатина как товар обществу?» все респонденты единогласно ответили «да». Среди опрошенных потребителей крольчатины сложились разные мнения относительно мероприятий, способных оживить спрос на мясо кроликов, для их более наглядной оценки рассмотрим таблицу 11.

Таблица 11 – Мероприятия, способные оживить спрос на крольчатину с точки зрения потребителей мяса кроликов

№	Мероприятия	В процентах от общего количества ответов, %
1	Презентации, где можно бесплатно попробовать блюда из кролика	3
2	Реклама в средствах массовой информации	22
3	Снижение цен на крольчатину	17
4	Выпуск специальных кулинарных книг	13
5	Государственная поддержка кролиководов	4
6	Снизить цены на корма	1
7	Увеличить производство	3
8	Реклама, подкрепленная медицинскими исследованиями о пользе крольчатины	22
9	Развивать маркетинговую деятельность	2
10	Увеличить предложение	4
11	Расширение точек реализации крольчатины	4
12	Расширение ассортимента (наличие полуфабрикатов)	5
ИТОГО		100

Приведенные данные в таблице 11 свидетельствуют о том, что потребители видят в качестве основного мероприятия, способного оживить спрос на крольчатину, – проведение рекламной акции.

Анализ спроса на крольчатину со стороны жителей Краснодарского края выявил проблему, связанную с наличием дефицита этого продукта на местных рынках, в мясных магазинах и супермаркетах, что в свою очередь требует рассмотрения причин низкого предложения мяса кроликов.

В процессе анализа предложения крольчатины в г. Краснодаре было выявлено, что только 10% из опрошенных мясных магазинов периодически продают мясо кроликов. Закупочные цены в среднем на конец 2007 г. составляли 140-150 руб/кг, а розничные 190 руб/кг.

Проведенный нами опрос работников мясных магазинов, торгующих крольчатинной, помог выявить их заинтересованность в ограниченных по объемам поставках тушек кроликов (1-2 поставки в неделю по 20 тушек за один привоз), а также основную проблему – отсутствие регулярных поступлений данной продукции.

Причиной перебоев в снабжении является сотрудничество с мелкими семейными фермами, которые в силу ограниченности своих ресурсов не могут гибко реагировать на изменение конъюнктуры рынка.

Важно отметить, что большая часть мясных магазинов, не торгующих мясом кроликов, считают эту продукцию перспективной и готовы заняться её реализацией в небольших количествах из-за боязни отсутствия активного спроса со стороны потребителей.

По мнению перекупщиков и торговцев Сенного и Восточного рынков г.Краснодара, одной из основных причин, сдерживающих спрос на эту продукцию, является слабая информированность граждан о полезных свойствах мяса кроликов для организма человека. Данное обстоятельство приводит к тому, что потребители не дифференцируют крольчатину с точки зрения её качественных характеристик, совершают покупки, ориентируясь на другие факторы (низкие цены, привычка).

На Сенном и Восточном рынках торгуют тушками кроликов на нескольких прилавках (как правило, в 2-3-х точках). На других рынках

г. Краснодара мясо кроликов продается реже и не постоянно.

Перекупщики Сенного рынка в 2007 г. скупали тушки кроликов (свежатину или охлажденные тушки) у владельцев семейных ферм по 100-120 руб/кг с ограничением в объемах (по 10-25 шт. за один привоз) и количестве поставок (1 раз в неделю). При опросе продавцы также отметили наличие дефицита крольчатины по причине периодических перебоев в поставках. Розничные цены на охлажденное мясо кроликов в течение исследуемого года колебались в пределах 150-170 руб/кг в зависимости от сезона и наличия праздничных дней.

В течение 2007 г. наибольшие цены на тушки кроликов наблюдались в супермаркетах, так к примеру, в «Франция» – 200 руб/кг, «Табрис» – 215 руб/кг, «Metro» – 227 руб/кг. В «Гросмарт», «МосМарт», «O`key», «Паттерсон», «Перекресток» продажа крольчатины на момент исследования не велась, однако их руководство считает товар перспективным и в случае увеличения ассортимента будет заинтересовано в ее реализации.

Следует отметить, что «Франция» ведет продажу крольчатины с конца исследуемого года, недельный объем продаж колеблется в пределах 60-80 кг. Отличительным моментом в сбытовой деятельности этой организации

является разделка тушек кроликов по желанию потребителей. Сеть супермаркетов «Табрис» позволяет реализовывать по 800-900 кг мяса кроликов в месяц, и требует, по мнению руководителя отдела закупок, двух поставок охлажденной продукции каждую неделю. Закупочные цены в 2007г. составили: «Франция» – 140 руб/кг, «Табрис» – 160-165 руб/кг. Общей чертой рассматриваемых экономических субъектов является постоянный поиск надежных поставщиков, отсутствие информации о наличии кролиководческих ферм в Краснодарском крае.

Особого внимания заслуживает супермаркет «Metro», так как в нём реализуют крольчатину, как зарубежного, так и отечественного производства. Средние закупочные и розничные цены отражены в таблице 12.

Основные закупки кролиководческой продукции проводятся ближе к праздникам. Продавцы «Metro» отмечают, что потребители предпочитают приобретать продукцию отечественного производителя, так как считают ее более качественной. В поставках отечественной крольчатки также наблюдаются перебои, вызывающие дефицит на охлажденную продукцию.

Таблица 12 – Среднегодовые цены на кролиководческую продукцию в супермаркете «Metro», 2007 г.

Продукция	Происхождение продукции			
	Венгрия		Санкт-Петербург	
	Закупочные цены, руб/кг	Цены реализации, руб/кг	Закупочные цены, руб/кг	Цены реализации, руб/кг
Продукты глубокой заморозки:				
- тушки кроликов,	206	227	-	-
- окорочка,	390	429	-	-
- печень	141	155	-	-
Охлажденные и готовые продукты из крольчатки:				
- тушки кроликов,	-	-	275	302
- окорочка,	-	-	239	263
- окорочка в маринаде	-	-	417	459

Представители «Франция», «Табрис», «Metro» сходятся во мнении относительно перспективности крольчатки как товара. Основными причинами, сдерживающими спрос на мясо кроликов, считают отсутствие:

- а) стабильного предложения со стороны производителей, способного быстро реагировать на изменение конъюнктуры рынка;
- б) широкого ассортимента кролиководческой продукции;
- в) рекламных акций, способных выгодно дифференцировать крольчатину на фоне других видов мяса.

Наши исследования, проведенные в Краснодарском крае показывают, что причины, сдерживающие развитие рынка мяса кроликов, те же, что и в г.Краснодаре. Проведенный нами анализ спроса и предложения крольчатины позволяет сделать следующий вывод:

1) Доля потребителей крольчатины от общего числа опрошенных покупателей мясной продукции составила 15,2% (в среднем на одного потребителя приходится 104 гр. крольчатины в сутки).

2) Ограниченные перекупщиками и продавцами объемы поставок отталкивают от кролиководческого бизнеса удаленные от городов личные подсобные и крестьянские (фермерские) хозяйства по причине высоких транспортных расходов.

3) На рынках Краснодарского края периодически возникает дефицит крольчатины, что в свою очередь приводит к недовольству, как покупателей, так и самих продавцов.

4) Население плохо информировано о полезных свойствах мяса кроликов для организма человека.

5) Отсутствует маркетинговый подход в деятельности действующих кролиководческих ферм.

В развитии рынка крольчатины, на наш взгляд, должны быть заинтересованы не только непосредственные производители этого вида мяса, но и администрация Краснодарского края, торговые организации, мясные магазины и перекупщики. Проведенный анализ рынка мяса кроликов позволяет с определенной долей уверенности сказать, что взаимодействие выше указанных экономических субъектов в сфере продвижения товара могло бы быть весьма продуктивным.

Проанализировав выше изложенный материал, считаем целесообразным со стороны заинтересованных экономических субъектов, проводить для развития рынка крольчатины следующие мероприятия:

- посредством средств массовой информации (газет, журналов, телевидения и радио) информировать население края о диетических свойствах крольчатины. В зависимости от стадии продвижения товара использовать разные

цели в рекламе (стремление проинформировать, убедить и напомнить);

- проводить познавательные семинары, лекции в общественных местах, школах, ВУЗах, больницах и других заведениях, направленные на повышение культуры питания, пропаганду здорового образа жизни;

- расширить ассортимент кролиководческой продукции;

- организовать широкий доступ к крольчатине со стороны населения посредством организации повсеместной торговли этим видом мяса;

- организовать стабильность в поставках для предотвращения дефицита мяса кроликов на рынках Краснодарского края;

- через средства массовой информации наладить прямую связь между производителями и покупателями (оптовыми и розничными) кролиководческой продукции;

- издавать и распространять кулинарные рецепты из мяса кроликов;

- со стороны местных администраций возможно стимулирование развития рынка отечественной крольчатины посредством предоставления торгующим лицам налоговых льгот или других эффективных видов поощрения.

Список использованных источников

1 Составлено автором по материалам проведенного им социологического исследования на тему «Анализ спроса потребителей крольчатины в Краснодарском крае», сентябрь – октябрь 2007 г.