

تحقیقات بازار در خصوص الگوی مصرف لبنیات در ایران



تأمین نیاز خوراک سالم برای جامعه با توجه به رشد روزافزون جمعیت از مشکلاتی است که در کل دنیا خصوصاً کشورهای در حال توسعه با آن مواجه هستند. تغذیه سالم یکی از عوامل مؤثر در سلامت عمومی و پیشرفت اقتصادی در جوامع بشری است.

به گزارش صنعت غذا و کشاورزی به نقل از پایگاه خبری اقتصاد غذا «فود پرس»، شیر اصلی‌ترین ماده غذایی برای تامین ویتامین D، کلسیم و فسفر در زندگی بسیاری از انسان‌ها می‌باشد و فرآورده‌های لبنی که همگی از شیر گرفته می‌شوند نیز از این ویژگی‌ها مستثنی نیستند. بنابراین می‌توان گفت شیر و لبنیات یکی از مهمترین مواد غذایی محسوب می‌شود که مصرف روزانه آن‌ها به افراد بسیار توصیه می‌شود. در صنعت مواد غذایی، انجام فعالیتهای تحقیقاتی برای حفظ و بهبود کیفیت تولیدات غذایی، ساخت محصولات جدید، افزایش تولید، کاهش ضایعات و تبدیل آنها به فرآورده‌های غذایی مطلوب و بسته‌بندی مناسب برای شرکتهای تولیدکننده امری ضروری است. در این راستا شرکت بازرسی کیفیت و استاندارد ایران همزمان با برگزاری سومین روز از نمایشگاه بین‌المللی صنایع کشاورزی، مواد غذایی، ماشین‌آلات و صنایع وابسته (تاریخ ۸ الی ۱۱ تیرماه) اقدام به تحقیقات بازاردرخصوص الگوی خرید محصولات لبنی کرده است.

در این تحقیق از ۶۳۴ نفر از بازدیدکنندگان نمایشگاه نظرسنجی صورت گرفت که حدود ۶۶ درصد از آنها را خانم و ۳۴ درصد ایشان را آقایان تشکیل داده اند.

به‌طور معمول محصولات لبنی موردنیاز خود را از کدامیک از مراکز

فروشگاهی خرید می‌کنید؟

با افزایش توصیه پزشکان و حتی برخی مسوولین کشور به ایجاد شرایط مناسب جهت تامین و مصرف روزانه لبنیات، شناخت نحوه خرید شهروندان، می‌تواند در انتخاب روشهای مناسب ارائه این محصول توسط تولیدکنندگان موثر باشد. طبق نتایج حاصل شده از این نظرسنجی، سوپرمارکت‌های محلی با ۴۶.۷ درصد، بیشترین نقش در فروش این‌گونه محصولات را دارند و پس از آن هایپرمارکت‌ها با ۳۵.۸ درصد، مینی‌مارکت‌ها با ۱۲.۸ درصد و در آخر عمده‌فروشی‌ها با ۴.۷ درصد نقش کمی را در فروش مستقیم لبنیات به مشتریان ایفا می‌کنند.



میزان تمایل شما به خرید اینترنتی فرآورده‌های لبنیچه میزان می‌باشد؟

بر اساس گزارش شرکت بازرسی کیفیت و استاندارد ایران، علاوه بر فروش سنتی، یکی از روش‌هایی که اخیراً اکثر تولیدکنندگان به آن توجه ویژه دارند، فروش اینترنتی است که در مورد این قبیل محصولات باید نکاتی چون امکان فاسد شدن و شرایط خاص نگهداری آنها مورد نظر گرفته شود. طبق نظرسنجی صورت گرفته اکثر پاسخ‌دهندگان (۵۷.۵ درصد) با این روش مخالف بودند و این در حالیست که تنها ۱۷.۶ درصد ایشان موافقت خود با این نحوه خرید را اعلام کردند. با این وجود رشد تعداد افرادی که طی سال‌های گذشته تمایل به خرید اینترنتی داشته‌اند قابل توجه است.



اولویت اول مصرف‌کنندگان هنگام خرید محصولات لبنی

همانگونه که در نمودار زیر مشاهده می‌شود مهمترین شاخصهای انتخاب محصول از سوی مشتریان طعم و ارزش غذایی می‌باشد. به عبارتی دیگر تولیدکنندگان فرآورده‌های لبنی، علاوه بر طعم مطلوب، باید حفظ ارزش غذایی محصول را نیز مدنظر داشته باشد، تا به واسطه اعتبار حاصل از رضایت مصرف‌کنندگان، تبدیل به برند شوند و براساس اولویت سوم (برند بودن محصول) نیز مورد گزینش مشتریان واقع شود. مواردی دیگر چون بسته‌بندی و قیمت را می‌توان در رده‌های پایین‌تر، به‌عنوان شاخصهای انتخابی این محصول نام برد.



آیا محصولات لبنی برندهای داخلی با توجه به ذائقه شما، تنوع و نوآوری لازم را داراست؟

بر اساس تحقیقات بازار انجام شده توسط ISQI، محصولات لبنی در ایران علاوه بر ماست، خامه، پنیر و کره، کشک و دوغ که به صورت سنتی مورد توجه مشتریان است به تولید محصولات لبنی متنوعی با طعم‌ها و اشکال گوناگون نیز توجه ویژه داشته است. اما موضوع دیگر، میزان تامین سلیقه و ذائقه مشتریان ایرانی توسط برندهای لبنی کشور می‌باشد. پاسخ دهندگان در این تحقیق با ۷۶ درصد پاسخ مثبت، تنوع و نوآوری موجود در این محصولات را مطابق با ذائقه خود می‌دانند.

دانند. تحلیل نیازهای سایر مشتریان که می تواند پایه تولید و عرضه محصولات جدید لبنی به بازار باشد.

