**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ УКРАИНЫ**

**КРЫМСКИЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ**

**ГВУЗ «КИЕВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ им. В. Гетмана »**

**Маркетинговое исследование**

**по дисциплине: «Маркетинг»**

**на тему: «Исследование товарной продукции компания Nestle»**

Симферополь 2011

1. **О компании Nestle в Украине**

"Nestle Украина" - одна из крупнейших компаний в отечественной сфере производства продуктов питания. Прежде всего, "Nestlе" закрепляет свои позиции и распространяет свое присутствие в Украине за счет инвестиций в местное производство и промышленную инфраструктуру, активной поддержки и продвижения торговых марок, отладки национальной сети сбыта.

Корпорация "Nestle" основана в 1866 году. На сегодня она владеет более 500 фабриками и предприятиями в 86 странах. В декабре 1994 года Societe pour l’Exportation des Produits Nestle S.A. открыло свое представительство в Киеве, чтобы вести активную маркетинговую и рекламную поддержку таких известных (в том числе - всемирно) брендов, как "Nescafe", "Nesquik", "Maggi", "Coffee-mate", "Purina", детского питания, готовых завтраков, специального питания, мороженого.

В 1998-м "Nestlе" приобрела контрольный пакет акций одного из крупных кондитерских производителей Украины - львовской кондитерской фабрики "Світоч". Для достижения международных стандартов качества при участии "Nestlе" на фабрике были внедрены новейшие производственные технологии, автоматизированы производственные процессы, реконструированы существующие и установлены новые производственные линии, обеспечена национальная дистрибуторская и маркетинговая поддержка торговой марки.

В мае 2003 года в Киеве основана компания "Nestle Украина" с целью ведения коммерческой деятельности и развития дистрибуторской сети. Сейчас в ней работает свыше 3 тыс. человек. С 1994 года "Nestle" инвестировала в украинскую экономику более $200 млн.

В декабре 2003-го "Nestlе" приобрела 100% акций ОАО "Волыньхолдинг" - довольно молодой луцкой компании, выпускающей продукцию под известной торговой маркой "Торчин Продукт". ТМ "Торчин" - один из лидеров на украинском рынке холодных соусов (майонез, кетчуп, горчица, соусы).

Объем продаж компании "Нестле Украина" в 2006 году составил 1,947 млрд. грн., что на 20% больше соответствующего показателя 2005-го. Как сообщил директор по связям с общественностью компании Геннадий Радченко, объем продаж кофе и напитков вырос на 15% и составил 552 млн. грн. На отечественном рынке кофе общая доля "Nescafe", по собственной оценке компании, выросла с 24,8% до 25,5%. Кондитерских изделий компании под ТМ "Nestlе" и "Світоч" продано на 521 млн. грн. (рост по сравнению с 2005 годом - 15%). Объем продаж под ТМ "Торчин" и "Maggi" составил 616 млн. грн. (рост - 21%). Продуктов детского и специального питания "Nestle" в 2006-м было продано на 56 млн. грн. (рост - 25%).

1. **Финансовые результаты компании Nestle за 2009 год**

Компания Nestlé, мировой лидер по производству продуктов питания, подвела итоги своей деятельности в Украине за 2009 год.

**Общий объем продаж** компании на украинском рынке в 2009 году увеличился на **16,2%** по сравнению с 2008 годом и достиг 3,122 млрд. гривен. В 2009 году предприятия Nestlé в Украине (ООО «Нестле Украина», ОАО «Волыньхолдинг» и ЗАО «Свиточ») выплатили в государственный бюджет **206 млн. грн. налогов**.

Несмотря на сложную экономическую ситуацию, в 2009 году Nestlé удалось сохранить сильные позиции во всех представленных в Украине категориях: кофе и напитки, кондитерские изделия, кулинария, детское и специальное питание, готовые завтраки, корма для домашних животных, мороженое. Компанией также было реализовано несколько масштабных инвестиционных проектов, направленных на дальнейшее развитие бизнеса в Украине.

**В сегменте кулинарии** (ТМ «Торчин») объем продаж составил **878 млн. грн.** Компания сохраняет абсолютное лидерство в категории холодных соусов. Доля рынка кетчупов "Торчин» составила 61,6%, майонеза - 24,3%, горчицы - 47%, соусов - 50%. Доля Nestlé в сегменте приправ универсальных составила 38% в денежном эквиваленте.

Важнейшим достижением компании в 2009 году стало успешное завершение строительства завода по производству продуктов питания в с. Смолыгов Волынской области и введение в эксплуатацию первой очереди нового предприятия. В декабре 2009 г. начал работу дистрибуционный центр по хранению готовой продукции общей площадью 14 тыс. м ². В 2010 году компания намерена продолжить работы на объекте и подготовиться к запуску второй очереди завода.

Не менее успешным стал 2009 год для сегмента **кофе и напитков**: объем продаж превысил **1,021 млрд. гривен**, что на **34%** больше по сравнению с 2008 годом. Общая доля Nescafé на украинском рынке растворимого кофе составила 24,7% в денежном эквиваленте. Nescafé Classic является лидером в сегменте средней ценовой категории, доля рынка составляет 49,3%. Доля рынка премиальных сортов кофе - серии Nescafé Collection - составила 31,6% с ростом в 10%.

В конце 2009 года на Львовской фабрике «Свиточ» была введена в эксплуатацию новая линия по производству кофейных стиков Nescafé 3в1. Инвестиции Nestlé в этот проект составили более 20 млн. гривен. Благодаря запуску новой линии на львовской фабрике, компания планирует полностью отказаться от импорта стиков и максимально оптимизировать свои расходы, перейдя на использование некоторых видов сырья и упаковки от украинских поставщиков.

В 2009 году был расширен ассортимент **кондитерских изделий**, представленных торговыми марками Nestlé и «Светоч». Компанией было реализовано кондитерских изделий на сумму **591 млн. грн.**, что на **14%** больше по сравнению с 2008 годом. Общая доля рынка упакованного шоколада («Светоч», Nestlé) составила 11,7%. Доля шоколадных плиток («Светоч», Nestlé) - 12%, а шоколадных батончиков (ТМ Nuts, KitKat, Lion, Nesquik) - 20,4%.

В прошлом году успешно завершился проект по ребрендингу ТМ «Свиточ». Изменения коснулись стратегического позиционирования торговой марки, в полной мере отражено в новой концепции - «Поколение мастерства. Поколение любви». В конце ноября в эфир вышел новый рекламный ролик. Ассортимент бренда пополнился целым рядом новых продуктов, среди которых «Молочный шоколад черничный йогурт», весовые конфеты «Высокий замок», «Шерi», коробка с весовыми конфетами «Звездное ассорти», коробки «Светоч Exclusive» и «Палитра Ассорти». Также были усовершенствованы рецептуры популярных весовых конфет «Мак», «Карпаты» и «Спарта». Упаковка всей продукции ТМ «Свиточ» стала премиальной.

Объем продаж подразделения **Nestlé Professional**, поставщика комплексных решений в сегменте питания «вне дома» (для кетеринга и офисов), составил **123 млн. грн.**, с ростом в **23%** в денежном эквиваленте. В прошлом году был успешно выведен на рынок новый продукт - зерновой кофе Buondi, объем продаж которого составил 11 млн. грн. Nestlé продолжает удерживать уверенное лидерство в сегменте вендингового оборудования. В прошлом году количество автоматов в Украине составило около 17 тысяч, объем продаж достиг 91 млн. грн.

Nestlé Professional уверенно расширяет присутствие своей продукции на украинском рынке.Так, в 2009 году был заключен долгосрочный договор со стадионом "Донбасс Арена» на установление кофейных автоматов MILANO, SPINEL и ASTORIA GLORIA. Всего на территории стадиона планируется установить около 120 кофейных автоматов. Также Nestlé Professional заключила договор со стадионом «Металлист» (Харьков) на установку 60 кофейных автоматов.

Объем продаж **детского и специального питания** Nestlé в Украине составил **142 млн. грн.**, продемонстрировав **17%** рост. В 2009 году компания продолжала активную маркетинговую поддержку своих брендов. В сентябре на украинских телеканалах появился рекламный ролик новых смесей NAN2 и NAN3, в производстве которого участвовали специалисты отделов детского питания Nestlé в России и Украине. Этот ролик транслируется в нескольких странах Европы.

Объем продаж **готовых завтраков** превысил **100 млн. грн.**

Стабильный рост наблюдался также в **сегменте кормов для домашних животных** (ТМ Purina, Friskies, Gourmet) и составило **34%**. Объемы продаж в супер-премиальном сегменте выросли на **19%**, главным образом за счет укрепления позиции бренда Gourmet на рынке кормов для животных. Одним из главных стратегических направлений деятельности Nestlé в Украине остается укрепление позиции лидера в сфере рационального питания и здорового образа жизни (Nutrition, Health & Wellness), а также позиций Nestlé как социально-ответственной компании. В 2009 году компания представила новый социальный проект «Азбука питания» для детей первого-второго классов. В сентябре прошлого года курс «Азбука питания» был включен в программу 25 украинских школ. Планируется, что в дальнейшем новый учебный курс должен быть трансформирован в отдельную дисциплину в рамках общей системы начального среднего образования. В рамках бизнес-инициативы «Создание общих ценностей» (Creating Shared Value), направленной на решение глобальных экономических и социальных проблем, компания продолжила успешную реализацию программы «Хозяин». Программа предусматривает постепенное снижение количества импортируемого сырья для производства продукции компании и развитие местных поставщиков.

Nestlé является крупнейшим производителем продуктов питания в мире.

Сегодня Nestlé насчитывает 511 фабрик в 86 странах мира. Компания насчитывает 265 000 сотрудников. Продукция Nestlé представлена ​​на рынках напитков, кондитерских изделий, кулинарных продуктов, детского и специального питания, замороженных продуктов, мороженого, готовых завтраков, минеральной и столовой воды, а также кормов для домашних животных. Помимо производства продуктов питания, Nestlé владеет акциями предприятий парфюмерно-косметической и фармацевтической промышленности.

Nestlé начала свою деятельность в Украине в 1994 году с открытия представительства.С тех пор компания продвигает такие международные бренды, как Nescafé,, Nesquik, Nuts, Friskie, KitKat и др. В 1998 году Nestlé SA приобрела контрольный пакет акций ЗАО «Львовская кондитерская фабрика« Свиточ ». В мае 2003 года в Киеве основано ООО «Нестле Украина». В конце 2003 года Nestlé SA приобрела 100% акций предприятия «Волыньхолдинг» (ТМ «Торчин»).

Бизнес Nestlé в Украине представлен следующими направлениями: кофе и напитки, кондитерские изделия, кулинария (холодные соусы, приправы, супы), детское и специальное питание, готовые завтраки, корма для домашних животных, мороженое.

nestle продажа продукция потребитель

1. **Анкетирование населения города Симферополя**

«Доброе время суток. Нас зовут Ягьяев Руслан и Кравчик Алексей. Мы проводим маркетинговое исследование. Мы изучаем мнение населения по самым разным вопросам. Перед началом интервью мы хотим подчеркнуть, что не существует правильных и не правильных ответов ни на один вопрос анкеты. Мы просто хотим узнать ваше отношение к товарам (продуктам) компании Nestle. Вы можете быть полностью уверены в том, что ваши ответы останутся сугубо между нами и будут использованы лишь в обобщенном виде». Количество задействованных людей 300-350 человек.

1. Пожалуйста, скажите, Вы когда-нибудь слышали о какой-либо из этих марок шоколадных батончиков?

***А.*** Snickers – 347 человек

***Б.*** Mars – 324 человек

***В.*** Bounty – 347 - человек

***Г.*** Milky Way – 338 - человек

***Д.*** Nuts – 347 - человек

***Е.*** Lion – 340 - человек

***Ё.*** Twix – 347 - человек

***З.*** Не знаю/не пробовал ни одну - 2 человек

***1а. Какие из них потребляли когда-либо?***

***А.*** Snickers - 347 человек

***Б.*** Mars - 315 человек

***В.*** Bounty - 332 человек

***Г.*** Milky Way - 329 человек

***Д.*** Nuts - 342 человек

***Е.*** Lion - 338 человек

***Ё.*** Twix - 335 человек

***Ж.*** Не знаю/не пробовал ни одну - 2 человек

***1б. Как часто вы потребляете шоколадные батончики?***

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Частота покупки | | | | |
| Марка | 5-7 раза/нед. | 1-4 раза/нед. | 2-3 раза/мес. | 1 раз/мес. | Ни разу |
| Snickers | 30 | 236 | 44 | 32 | 0 |
| Mars | 7 | 46 | 178 | 115 | 4 |
| Bounty | 37 | 213 | 87 | 13 | 0 |
| Milky Way | 8 | 122 | 154 | 54 | 12 |
| Nuts | 24 | 186 | 111 | 25 | 5 |
| Twix | 18 | 142 | 170 | 20 | 0 |

***2. Рекламу каких марок шоколадных батончиков Вы знаете?***

***А.*** Snickers - 347 человек

***Б.*** Mars - 327 человек

***В.*** Bounty - 347 человек

***Г.*** Lion - 312 человек

***Д.*** Twix - 345 человек

***Е.*** Milky Way - 324 человек

***Ё.*** Nuts - 347 человек

***3. Какие чувства вызывает у Вас реклама Milky Way?***

***А.*** Счастья - 123 человек

***Б.*** Радости - 187 человек

***В.*** Покоя - 21 человек

***Г.*** Беззаботности – 9 человек

***Д.*** Усталости - 0 человек

***Е.*** Разочарования - 0 человек

***Ё.*** Раздражения - 9 человек

***Ж.*** Недоверия - 1 человек

***4. Какие чувства вызывает у Вас реклама Nuts?***

***А.*** Счастья - 111 человек

***Б.*** Радости - 76 человек

***В.*** Покоя - 24 человек

***Г.*** Беззаботности - 124 человек

***Д.*** Усталости - 0 человек

***Е.*** Разочарования - 0 человек

***Ё.*** Раздражения - 2 человек

***Ж.*** Недоверия - 0 человек

***5. И повлияли ли эти рекламы на Ваше отношение к этим маркам батончиков?***

***А.*** Да - 198 человек

***Б.*** Нет - 82 человек

***В.*** З/О – 43 человек

***6а. Побудила ли Вас реклама Milky Way купить батончик (Milky Way)?***

***А.*** Да - 115 человек

***Б.*** Нет - 207 человек

***В.*** З/О - 13 человек

***6б. Побудила ли Вас реклама Nuts купить батончик (Nuts)?***

***А.*** Да - 272 человек

***Б.*** Нет - 39 человек

***В.*** З/О - 11 человек

***7. Нравится ли Вам в целом реклама шоколадных батончиков Milky Way и Nuts?***

***А.*** Определенно, нравится - 211 человек

***Б.***Скорее нравится, чем нет - 76 человек

***В.*** В чем-то нравится, в чем-то нет - 54 человек

***Г.*** Скорее не нравится, чем нравится - 12 человек

***Д.*** Определенно не нравится - 4 человек

***8а. По какой цене Вы в последний раз покупали батончик Milky Way?***

3-5 грн. – основной ответ

***8б. По какой цене Вы в последний раз покупали батончик Nuts?***

4-5 грн. – основной ответ

***8в. Приемлема ли для Вас цена батончика Milky Way?***

***А.*** Да - 287 человек ***Б.*** Нет - 53 человек ***В.*** З/О - 10 человек

***8г. Приемлема ли для Вас цена батончика Nuts?***

***А.*** Да - 183 человек ***Б.*** Нет - 147 человек ***В.*** З/О - 20 человек

***9. По 5-ти бальной шкале оцените, пожалуйста, имидж упаковки батончиков Milky Way ( где 1- совсем не привлекательный, 5-очень привлекательный)***

**1** - 3 **3** - 56 **5** - 30

**2** - 7 **4** - 254

***10. А теперь оцените имидж упаковки батончиков Nuts ( где 1- совсем не привлекательный, 5 - очень привлекательный).***

**1**- 2 **3** - 32 **5** - 187

**2** - 5 **4**- 128

**Демографический раздел**

***1. Ваш Пол?***

***А.*** Мужской – 186 человек

***Б.*** Женский - 164 человек

***2. Сколько Вам полных лет?***

Закодируйте интервал

***А.*** 18-25 - 211 человек

***Б.*** 26-35 - 87 человек

***В.*** 36-45 - 39 человек

***Г.*** 46-55 - 12 человек

***Д.*** 56 и старше - 3 человек

***3.Как бы Вы могли оценить жизненный уровень Вашей семьи?***

***А.*** Высокий - 52 человек

***Б.*** Выше среднего - 238 человек

***В.*** Средний - 57 человек

***Г.*** Ниже среднего - 3 человек

***Д.*** Низкий - 0 человек

***4. Ваше образование?  А.*** Начальное (3-7 классов средней школы) - 0 человек

***Б.*** Базовое среднее - 0 человек

***В.*** Полное среднее – 18 человек

***Г.*** Профессионально-техническое - 32 человек

***Д.*** Неоконченное высшее - 188 человек

***Е.*** Полное высшее - 112 человек

***5. Ваш род занятий в настоящее время?***

***А.*** Предприниматель - 34 человек

***Б.*** Руководитель высшего звена - 14 человек

***В.*** Руководитель среднего звена - 6 человек

***Г.*** Квалифицированный специалист - 23 человек

***Д.*** Служащий офиса - 17 человек

***Е.*** Работник сферы обслуживания - 2 человек

***Ё.*** Квалифицированный рабочий - 21 человек

***Ж.*** Пенсионер - 6 человек

***З.*** Учащийся - 229 человек

***6. Ваше семейное положение?***

***А.*** Женат/замужем - 113 человек

***Б.*** Разведен(а) - 0 человек

***В.*** Вдова/вдовец - 0 человек

***Г.*** Холост/не замужем - 237 человек

**Вывод**

В ходе маркетингового исследования продукции компании «Nestle» была собрана информация о компании, о финансовых результатов этой компании, а также вся история её деятельности на территории Украины. Было проведено анкетирование части населения города Симферополя, в котором участвовало 300-350 человек. Вопросы были различного характера, касающиеся, исключительно, отношению покупателей к товарам компании. Результаты анкетирования можно охарактеризовать следующим образом. В анкетировании принимало участие более молодая часть населения – люди 20-35 лет, вся эта часть населения положительно относится к производителям данных товаров, им очень нравится реклама компании, а также качество продукции. Примерно 1,5% опрашиваемых людей недовольны качеством продукции, рекламой, либо вообще не слышали о компании.

Подводя итог маркетингового исследования, можно сделать вывод, что компания Nestle очень хорошо зарекомендовала себя на рынке, завоевала доверие потребителей данных товаров. Удачная реклама, отличные работники и многолетний опыт на рынке дают такой результат.

**Список используемой литературы**

1. www.nestle.ua
2. [www.file.liga.net](http://www.file.liga.net)
3. http://christsocio.info/content/view/285/45/