



Социально-демографические факторы, направленные на исследование предпочтений рыбной продукции среди потребителей разных категорий, проживающих на территории региона N.

Кристина Сергеевна Куприянова¹, Ксения Николаевна Нициевская^{2*}

^{1,2} Сибирский федеральный научный центр агробиотехнологий Российской академии наук (Краснообск, Россия)

¹ kri1937@yandex.ru; <https://orcid.org/0009-0009-6383-3628>

² nitsievskayakn@sfscfa.ru; <https://orcid.org/0000-0002-7302-106X>

*Автор, ответственный за переписку

Аннотация. Введение. Объектом исследования данной работы служат предпочтения респондентов по отношению к потреблению рыбы и рыбной продукции в регионе N. Целью исследования является определение и анализ воздействия факторов социально-демографического плана на предпочтения потребителей вышеуказанного региона касательно выбора рыбы, а также продукции, изготовленной из ее сырья. **Материалы и методы.** В рассматриваемой статье сделан анализ проведенного опроса, основанного на обезличенных ответах респондентов, проживающих в регионе N. По ходу выполнения исследования использовались методы описательной статистики с целью изучения системы распределения ответов, а также установления взаимосвязей между ними. **Результаты и обсуждение.** Анализ данных, полученных по итогу опроса респондентов, позволяет сформировать картину, которая показывает, что жители региона N склонны выбирать для приготовления блюд более доступные виды рыбы, такие как минтай и горбуша, вопреки популярности кеты и семги, которые лидировали по вкусовым предпочтениям. **Заключение.** В заключение стоит отметить, что проведенное исследование позволило выявить предпочтения респондентов региона N, касательно выбора рыбы, а также влияние социально-демографических факторов на них. Так, в ходе проведенного опроса стало известно, что участники молодого возраста (19-35 лет) систематически делают свой выбор в пользу более экономного и практичного способа приготовления пищи, в то время как категория опрашиваемых старше 35 лет предпочитают традиционные способы приготовления блюд.

Ключевые слова: рыба и рыбная продукция, предпочтения потребителей, ценовая категория, социально-демографические факторы, регион N, опрос респондентов.

Для цитирования: Куприянова К. С., Нициевская К. Н. Социально-демографические факторы, направленные на исследование предпочтений рыбной продукции среди потребителей разных категорий, проживающих на территории региона N. // Современная наука и инновации. 2025. №3. С. 71-77. <https://doi.org/10.37493/2307-910X.2025.3.7>

Socio-demographic factors aimed at studying the preferences of fish products among consumers of different categories living in the territory of region N.

Kristina S. Kupriyanova¹, Ksenia N. Nitievskaya^{2*}

^{1,2} Siberian Federal Scientific Center for Agrobiotechnology of the Russian Academy of Sciences (Krasnoobsk, Russia)

¹ kri1937@yandex.ru; <https://orcid.org/0009-0009-6383-3628>

² nitsievskayakn@sfscra.ru; <https://orcid.org/0000-0002-7302-106X>

*** Corresponding author**

Abstract. Introduction. The object of research in this work is the preferences of respondents in relation to the consumption of fish and fish products in region N. The purpose of the study is to determine and analyze the impact of socio-demographic factors on the preferences of consumers in the above region regarding the choice of fish, as well as products made from its raw materials. **Materials and methods.** The article in question analyzes the survey conducted based on anonymized responses from respondents living in region N. In the course of the study, descriptive statistics methods were used to study the response distribution system, as well as to establish the relationships between them. **Results and discussion.** An analysis of the data obtained from the survey of respondents allows us to form a picture that shows that residents of region N tend to choose more affordable types of fish for cooking, such as pollock and pink salmon, despite the popularity of chum salmon and salmon, which were the leaders in taste preferences. **Conclusion.** In conclusion, it is worth noting that the conducted research revealed the preferences of the respondents of region N regarding the choice of fish, as well as the influence of socio-demographic factors on them. Thus, during the survey, it became known that the participants were young (19-35 years old) They systematically make their choice in favor of a more economical and practical way of cooking, while the category of respondents over 35 years old prefer traditional cooking methods.

Keywords: fish and fish products, consumer preferences, price category, socio-demographic factors, region N, survey of respondents.

For citation: Kupriyanova K S, Nitievskaya KN. Socio-demographic factors aimed at studying the preferences of fish products among consumers of different categories living in the territory of region N. Modern Science and innovation. 2025;(3): 71-77. (In Russ.). <https://doi.org/10.37493/2307-910X.2025.3.7>

Введение. Наличие в рационе потребителя рыбы на протяжении всей истории являлось важной составляющей для поддержания его здоровья. Еще с незапамятных времен известно, что древние поселения людей старались организовывать свой быт возле водоемов. С тех самых пор и берет свое начало деятельность по реализации рыбного улова, которая позволила стать надежной основой торговых отношений, которые развиваются и по сегодняшний день. Исследование, на котором основана данная работа направлено с целью анализа влияния социально-демографических факторов на предпочтения потребителей, проживающих на территории региона N. Информация, полученная в ходе проведения данной работы, позволят более детально охарактеризовать особенности локального рынка, а также сформировать более продуктивные маркетинговые подходы.

Материалы и методы исследования. Основа исследования акцентирована на оценке предпочтений потребителей региона N и их отношению к включению рыбы в свой рацион. Основным инструментом в изучении данного вопроса служил анонимный онлайн-опросник, в рамках которого были рассмотрены аспекты социально-демографического профиля (пол, возрастная категория, уровень дохода), а также индивидуальные

предпочтения каждого респондента (вид рыбы, ценовая категория, приготавливаемые блюда). Полученные данные были обработаны посредством метода описательной статистики.

Результаты исследования и их обсуждение. В наши дни продовольственный рынок рыбной продукции выделяется разнообразием форматов торговли. Так, помимо уже привычных оффлайн магазинов, все большую популярность среди потребителей набирают онлайн-платформы. Такая тенденция в структуре потребления обусловлена рядом факторов, ключевыми среди которых будут являться особенности социально-демографического профиля потребителей. Структура опрашиваемого населения региона N в целом показала, что представители женского пола более активно принимали участие в анкетировании, в отличие от мужского, чья массовая вовлеченность в процентном соотношении оказалось несколько ниже. Также стоит отметить, что единично-массовый опрос среди интервьюируемых состоял из уточнения возрастной категории и уровня дохода респондентов, в последствии дифференциально-распределенных по соответствующим группам. Более подробно о социально-демографических показателях участников указано на рисунках 1-3 [1,2].

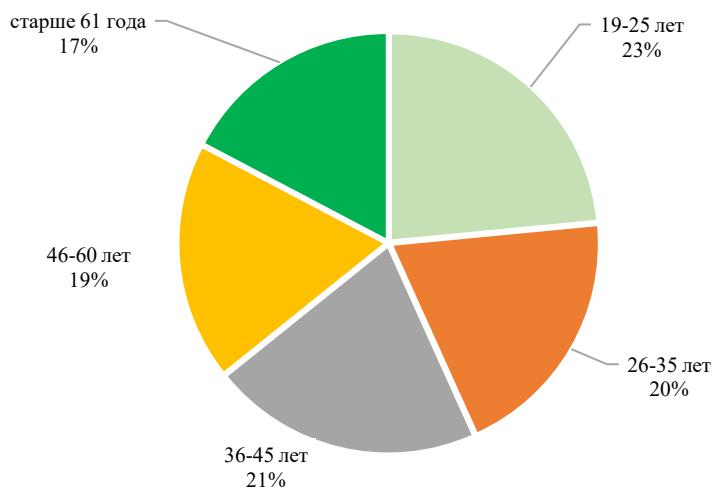


Рисунок 1. Распределение участников опроса по возрастной категории
Figure 1. Distribution of survey participants by age category

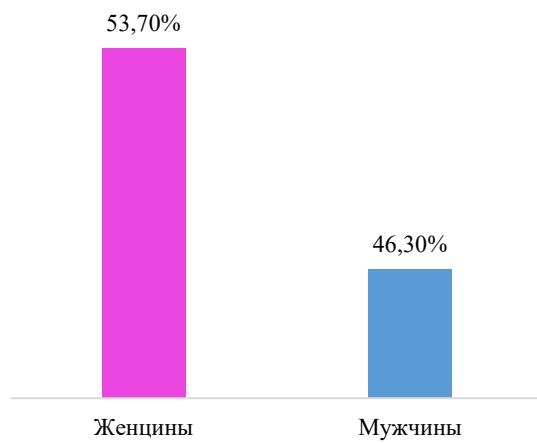


Рисунок 2. Процентное соотношение респондентов по половому признаку
Figure 2. Percentage of respondents by gender

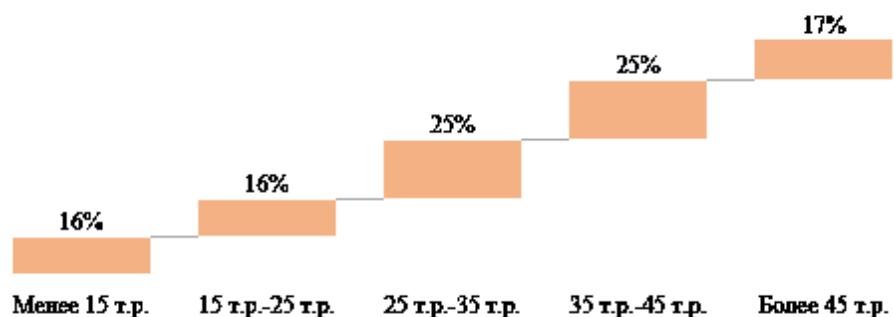


Рисунок 3. Распределение респондентов в категории по уровню дохода
Figure 3. Distribution of respondents in the category by income level

Между тем, анализируя полученные данные было обнаружено, что предпочтения респондентов разнятся при выборе вида рыбы, а также цели ее потребления. Если судить по вкусовым предпочтениям, то лидирующие места занимают семга и кета, в то время как горбуша, сельдь и скумбрия являются наиболее популярными видами в заданном ценовом сегменте. В ходе исследования был проведен опрос с заданными параметрами (табл. 1) [3,4].

Таблица 1. Предпочтение вида рыбы в зависимости от ситуации, (%)
Table 1. Preference of the type of fish depending on the situation, (%)

№ п/п	Ситуация	Семга	Горбуша	Кета	Минтай	Скумбрия	Нерка	Камбала
1	Вкус	19,7	17,1	14,5	14,5	11,8	11,8	10,5
2	I блюда	8,9	27,7	-	-	11,9	-	-
3	II блюда	15,3	20,8	12,5	9,7	12,5	13,9	-
4	Ценовая категория	5,3	18,4	10,5	27,6	15,4	6,6	15,8

Стоит отметить, что темп и уклад жизни играют достаточно немаловажную роль в выборе способа приготовления блюд среди потребителей. Так, в ходе проведенного исследования было выяснено, что разные возрастные категории среди опрашиваемых респондентов имеют отличимые подходы к составлению своего рациона (таблица 2) [5,6].

Таблица 2. Наиболее предпочтительные способы приготовления блюд среди разных возрастных категорий опрашиваемых респондентов
Table 2. The most preferred cooking methods among the different age categories of the surveyed respondents

№ п/п	Возрастная категория	Способ приготовления блюд	Причинно-следственная связь
1	19-25 лет	Экспресс метод: микроволновая печь, гриль, вок, на «пару», запекание в фольге либо «рукаве»	Комфорт, быстровыполнимость
2	26-35 лет	Интегративные комбинированные методы: • Маринование → Запекание; • Тушение → Обжарка; • Обжаривание на сковороде → Запекание в духовке и т.д.	Комфорт, разнообразие
3	36-45 лет	Интегративные комбинированные методы: • Тушение → Запекание; • Варка на «пару» → Запекание в «рукаве» • Запекание на гриле → Запекание с овощами и травами в фольге и т.д.	Комфорт, разнообразие, забота о здоровье
4	46-60 лет	Традиционные методы: Варка, жарка, запекание, тушение и т.д.	Комфорт, забота о здоровье, уклад жизни
5	Старше 61 года	Варка, запекание, тушение, соление и т.д.	Комфорт, забота о здоровье, уклад жизни

Анализируя данные опроса респондентов, было выявлено, что среди выбора актуального, инновационного блюда, подавляющее большинство отдали свое предпочтение рыбному хлебу. Между тем, остальные блюда, такие как: рыбное филе классическом приготовлении, рыбные чипсы, колбаски, имеющие схожую распространенность, показали меньшую популярность в рамках данного исследования. Такой результат может свидетельствовать о том, что спрос потребителей по-прежнему высок к привычному их укладу жизни блюдам, однако таким образом они выражают заинтересованность к разработкам более современных, инновационных продуктов (рисунок 4) [7].

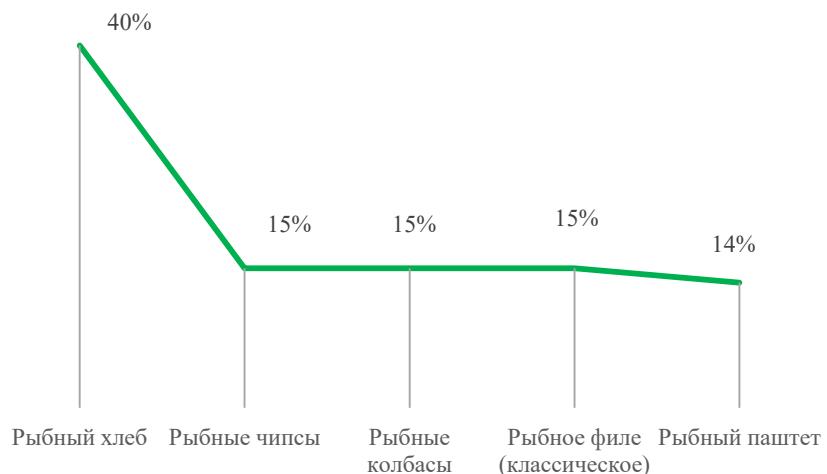


Рисунок 4 . Популярные блюда из рыбы
Figure 4. Popular fish dishes

Заключение. Анализ предпочтений потребителей по отношению к продуктам из рыбы, которые были выявлены в ходе проведенного исследования, характерен рядом закономерностей:

1. Ответы респондентов показали, что по вкусовым предпочтениям наиболее популярны более «дорогостоящие» в ценовом сегменте виды рыбы, такие как семга и кета. Однако по факту, наибольшим спросом для приготовления каких-либо блюд, основываясь на диапазоне стоимости потребители наиболее часто отдавали предпочтение более доступным видам рыбы, таким как минтай, горбуша и скумбрия.

2. Проведенное исследование показало, что среди респондентов молодой молодого поколения (19-35 лет) более актуальны быстровыполнимые, комфортные и разнообразные способы приготовления пищи, что является свидетельством динамично развивающегося темпа жизни и стремлением сократить временные издержки. Между тем, респонденты более старшей возрастной группы (старше 36 лет) склонны подходить к готовке блюд более тщательно и скрупулезно, что обусловлено влиянием социально-демографических факторов, а также переориентацию на правильный и здоровый образ жизни.

3. Опрос показал, что потребители выразили наибольший интерес к рыбному хлебу и, по убывающей к филе (в классическом исполнении), колбасам и чипсам. Это является доказательством того, что рынок рыбной продукции перенасыщен привычными видами готовой продукции и требует разработки и введения в реализацию новых, не встречающихся до этих видов блюд.

Результаты проведенного исследования могут быть полезны для анализа и дальнейшего применения отделами маркетинга предприятий, занимающихся производством, переработкой и реализацией рыбной продукции с целью разработки стратегий, направленных на целевую аудиторию, как способ продвижения

изготавливаемой продукции под эгидой поддержания здорового образа жизни при помощи употребления в пищу доступного и полезного продукта питания [8].

ЛИТЕРАТУРА

1. Ильин А.И. Социология потребления / А.А. Ильин.- Издательство: «Юрайт», 2024.- 433 с.
2. Бондарчук В.Г. Технология переработки и товароведение продукции рыбоводства / В.Г. Бондарчук, А.А. Ходусов, А.А. Покотило.- Издательство: «Ставропольский государственный аграрный университет», 2020.- 128 с.
3. Ким И.Н. Технология рыбы и рыбной продукции / И.Н. Ким, С.А. Бредихин, Т.И. Ткаченко.- Издательство: «Лань», 2019.- 740 с.
4. Голубкова Е.Н. Интегративные маркетинговые коммуникации / Е.Н. Голубкова.- Издательство «Юрайт», 2021.- 363 с.
5. Рязанова О.А. Экспертиза рыбы, рыбопродуктов и нерыбных объектов водного промысла. Качество и безопасность / О.А. Рязанова, В.М. Дацун, В.М. Поздняковский.- Издательство: Лань, 2022.- 572 с.
6. Васюкова А.Т. Технология рыбы и морепродуктов / А.Т. Васюкова.- Издательство: Дашков и К, 2016.- 140 с.
7. Бадарина О.А. Организация работы структур по связям с общественностью / О.А. Бударина.- Издательство: «Юрайт», 2023.- 126 с.
8. Родионова М.Е. Социология потребления / М.Е. Родионова, Голубева К.А., Назаренко С.В., Киселева Н.И., Агеева Е.А.- Издательство: «НИЦ ИНФРА-М», 2018.- 189 с.

REFERENCES

1. Ilyin A.I. Sociology of consumption.A. Ilyin.- Publisher: "Jurit", 2024.- 433 PP.
2. Bondarchuk V.G. Technology processing and loading productsbood / V.G. Bondarchuk, A.A. Khodusov, A.A. Pokotilo.- Publishing house: "Stavropol State University", 2020.- 128 PP.
3. Kim E.N. Technology R. B. and R. B. productions / s.N. Kim, S.A. Bredikhin, T.And. Tkachenko.- Publisher: "Lange", 2019.- 740 PP.
4. Golubkova E.N. Integrative evaluative marketing evaluative communications / E.N. Golubkova.- Publishing House "Jurit", 2021.- 363 PP.
5. Ryazanova O.A. Expertise of fish, fish products, and non-volatile aquatic facilities. Quality and safetyA. Ryazanova, V.M. Datsun, V.M. Pozdnyakovskiy.- Publisher: Lange, 2022.- 572 PP.
6. Vasyukova A.T. Technology R. B. and marine products.T. Vasyukova.- Publisher: Dashkov and K, 2016.- 140 PP.
7. Badarina O.A. Organization works. structure by relationship with the public.A. Budarina.- Publisher: "Jurit", 2023.- 126c
8. Rodionova M.E. Sociology of consumption / m.Well. Rodionova, Golubeva K.A., Nazarenko S.V., Kiselyova N.And. It's Ageeva.A.- Publishing house: "nits infra-M", 2018.- 189 C

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ

Куприянова Кристина Сергеевна — аспирант 3-го года обучения отдела пищевых систем и биотехнологий Сибирского федерального научного центра биотехнологий Российской академии наук, kri1937@yandex.ru

Нициевская Ксения Николаевна—кандидат технических наук, доцент, ведущий научный сотрудник Сибирский федеральный научный центр агробиотехнологий Российской академии наук (СФНЦА РАН), Scopus ID: 57214137007;ORCID0000-0002-7302-106X

Вклад авторов:

Куприянова Кристина Сергеевна - Проведение исследования – сбор, интерпретация и анализ полученных данных.

Утверждение окончательного варианта – принятие ответственности за все аспекты работы, целостность всех частей статьи и ее окончательный вариант.

Ксения Николаевна Нициевская

Подготовка и редактирование текста – составление черновика рукописи и формирование его окончательного варианта, участие в научном дизайне.

Конфликт интересов: авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

Статья поступила в редакцию: 16.08.2025;
одобрена после рецензирования: 13.09.2025;
принята к публикации: 15.10.2025.

INFORMATION ABOUT THE AUTHORS

Kristina Sergeevna Kupriyanova is a 3rd—year postgraduate student at the Department of Food Systems and Biotechnologies of the Siberian Federal Research Center for Biotechnologies of the Russian Academy of Sciences, kri1937@yandex.ru

Ksenia N. Nitsievskaia – Associate Professor, Siberian Federal Research Center of Agrobiotechnologies of the Russian Academy of Sciences, Scopus ID: 57214137007; ORCID 0000-0002-7302-106X

Contribution of the authors:

Kristina Sergeevna Kupriyanova - Conducting a study is the collection, interpretation and analysis of the data obtained.

The approval of the final version is the acceptance of responsibility for all aspects of the work, the integrity of all parts of the article and its final version.

Ksenia Nikolaevna Nitsievskaia

Text preparation and editing – drafting a manuscript and forming its final version, participating in scientific design.

Conflict of interest: the authors declare no conflicts of interests.

The article was submitted: 16.08.2025;
approved after reviewing: 13.09.2025;
accepted for publication: 15.10.2025