**Анализ потребительских предпочтений на российском рынке замороженных полуфабрикатов в 2025 г.**

*В июле-августе 2025 года исследовательская компания NeoAnalytics завершила проведение маркетингового исследования потребительских предпочтений на российском рынке замороженных полуфабрикатов.*

В ходе исследования, проведенного NeoAnalytics на тему «Usage & attitude: потребительские предпочтения на российском рынке замороженных полуфабрикатов в 2025 г.» выяснилось, по итогам 2024 г. основной причиной приобретения замороженных полуфабрикатов, как показал опрос, в первую очередь является удобство и быстрота приготовления в силу недостатка времени на приготовление пищи. В пользу данного ответа высказались 69%. Кроме того, данная продукция приобретается в силу отсутствия желания готовить разнообразные блюда. Данный ответ составил 52% в общей структуре ответов. Также респонденты отметили, что ценовой фактор, в частности то, что цена на замороженные полуфабрикаты ниже по сравнению с услугой по доставке готовой еды, также является важным.

По данным количественного опроса, сегодня в целом замороженные полуфабрикаты приобретаются еженедельно. На долю данного ответа пришлось 41% в общей структуре ответов. На втором месте по частоте покупок идет ответ ежемесячно. Доля таких ответов составила 34%. Замыкает тройку лидеров ответ «реже одного раза в месяц», который составил 16%. На ежедневную покупку приходится всего 6%. В наименьшем количестве – респонденты, которые покупают данную продукцию по мере необходимости. Таким образом, на еженедельные и ежемесячные покупки приходится 75% в общей структуре ответов.

Данный отчет является продуктом интеллектуальной собственностью исследовательской компании NeoAnalytics.

Более подробно с результатами исследования можно ознакомиться на официальном сайте www.neoanalytics.ru