

РАЗРАБОТКА КОНЦЕПЦИИ ФУНКЦИОНАЛЬНОГО НАПИТКА НА ОСНОВЕ МАРКЕТИНГОВОГО ИССЛЕДОВАНИЯ РЫНКА

Прижков А.А.

**Научный руководитель – Крукович О.В., ст. преподаватель
Могилевский государственный университет продовольствия
г. Могилев, Республика Беларусь**

Современный ассортимент напитков, реализуемых в г. Могилеве, характеризуется большим количеством торговых марок и наименований как отечественных, так и зарубежных производителей. Цена напитков находится в диапазоне 0,87 руб. – 4,85 руб., что говорит о доступности товаров данной группы всем категориям населения. В то же время на рынке крайне узко представлен ассортимент напитков здорового питания при наличии сформированного сегмента потребителей подобных напитков.

Для выявления предпочтений потребителей в области напитков с акцентом на сегмент напитков здорового питания и формирования концепции нового напитка функционального назначения был проведен опрос 600 жителей г. Могилева. Результаты опроса, показали, что напитки здорового питания употребляет большая часть опрошенных, в том числе, для поддержания организма в тонусе (26,3 %), для профилактики заболеваний (31,6 %), для восстановления организма после болезней (15,3 %). Предпочтительными напитками для большинства респондентов являются (в убывающем ранжированном ряду): питьевые и минеральные воды; квас и сброженные напитки; чайные напитки, морс и газированные напитки на ароматах, напитки с использованием лекарственного сырья.

На основании данных, значимых для формирования основополагающих товароведных характеристик напитка, была сформулирована следующая концепция нового напитка функционального назначения:

1 безалкогольный напиток будет представлять собой сброженный напиток или квас на основе местного растительного сырья с функциональными свойствами, направленными на поддержание иммунной системы и антиоксидантную защиту организма;

2 особое внимание при разработке напитка следует уделить вкусовым качествам, внешнему виду, содержанию сахара, как наиболее значимым критериям, определяющим выбор напитка потребителем;

3 потребительская упаковка напитка: ПЭТ-бутылка объемом до 500 см³, на маркировке должна содержаться информация о функциональных свойствах напитка.