

## **МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ В ОТНОШЕНИИ КУЛИНАРНОЙ ПРОДУКЦИИ**

**Владыкина Д.Д., Микулинич М.Л.**

**Белорусский государственный университет пищевых и химических технологий,  
г. Могилев, Беларусь**

С каждым годом все больше пользуется спросом потребление готовых блюд собственного производства. Потребитель стал чаще отдавать предпочтение полезным продуктам и применять термин «функциональная еда» не как способ утоления голода, а как обеспечение организма необходимыми питательными веществами. При этом отдельное внимание уделяется составу блюд, особенно содержанию в составе рафинированного сахара. Среди обогатительных компонентов и альтернативы замены рафинированному сахару значительное место занимает экстракт солодовый и полисолодовый. Поскольку применение его позволит улучшить качественные показатели готовых блюд, тема исследований является актуальной. Важность мониторинговых исследований потребительских предпочтений не подвергается сомнению. Помимо очевидной зависимости коммерческой составляющей от точного знания потребностей целевой аудитории, важным является получение актуальных данные о потребительских приоритетах, в частности, сегментация целевых групп по их предпочтениям [1].

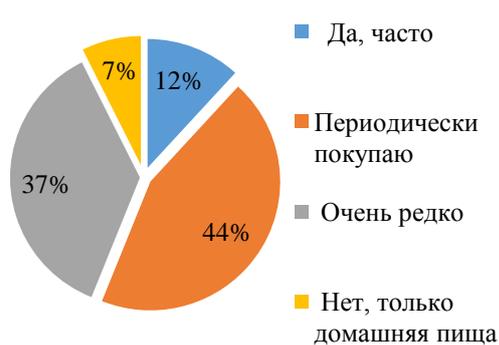
Цель исследований – изучение перспектив развития рынка кулинарной продукции в Республике Беларусь.

Научная задача – определение потребительских предпочтений в отношении готовых блюд и критериев для развития ассортимента кулинарной продукции с незначительным содержанием или отсутствием рафинированного сахара.

Исследования проводили путем онлайн-анкетирования (с использованием сайта для создания онлайн – опросов [survio.com](http://survio.com)) размещенного в социальной сети. Анкета опроса содержала 25 вопросов по теме исследования.

В результате опроса получены следующие результаты:

- 44 % опрошенных периодически покупают готовые блюда в отделах кулинарии/ресторанах/кафе (рисунок 1 а);
- при выборе готовых блюд наиболее важным критерием для опрошенных являются органолептические показатели, состав и цена (рисунок 1 б);
- мясные продукты являются наиболее предпочитаемыми среди опрошенных, далее – овощи, фрукты и молочные продукты;
- большинство опрошиваемых среди готовых блюд предпочитают мясные/рыбные блюда – 21 %, салаты и фастфуд – 18 %, далее по предпочтениям – это мучные изделия и блюда из творога – 12 и 11 % соответственно (рисунок 1 в);
- наибольшее количество опрошенных среди готовых блюд из творога отдают предпочтение сырникам – 30 % (рис. 1 г);
- большинство опрошиваемых считают сахар вредным при избыточном его потреблении;
- 58 % опрошенных рассматривают вариант замены в своём рационе рафинированного сахара другими видами сахаров (фруктоза, мальтоза, лактоза, глюкоза), а 22 % дали положительный ответ на замену в своем рационе сахара.



А. Покупаете ли Вы готовые блюда в отделах кулинарии/ресторанах/кафе?

Б. Чем Вы руководствуетесь при выборе готовых блюд в отделах кулинарии/ресторанах/кафе?



В. Какие готовые блюда Вы предпочитаете?

Г. Какое блюдо из/с творога(ом) Вы бы предпочли?

**Рисунок 1 – Результаты анализа маркетингового исследования**

Таким образом, в результате социологического исследования выявлены перспективы использования в кулинарных изделиях экстракта (поли)солодового. В качестве экспериментальных блюд оптимальными для производства могут быть блюда из творога.

**Список использованных источников**

1 Лаборатория рекламы, маркетинга и PR [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.advlab.ru/articles/article261.htm>. – Дата доступа: 12.02.2023.