

МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ПРЕДПОЧТЕНИЙ ПРИ ВЫБОРЕ БУЛОЧНЫХ ИЗДЕЛИЙ

Довидович К.А.

**Научный руководитель – Микулинич М.Л., к.т.н., доцент
Белорусский государственный университет пищевых и химических технологий
г. Могилев, Республика Беларусь**

Проведение маркетинговых исследований для выявления предпочтений потребителей при выборе булочных изделий являются всегда необходимыми во избежание выпуска невостребованной продукции и для расширения ассортимента, отвечающего актуальным на сегодняшний день запросам потребителей.

Хлебобулочные изделия, к которым относятся булочные изделия, являются наиболее потребляемыми, особенно среди молодежи, товарами из продуктовой корзины. Существенными недостатками булочных изделий является их изготовление из пшеничной муки, обладающей высоким гликемическим индексом и являющейся аллергеном для части населения из-за глютена в составе, а также добавление сахара в качестве подсластителя. Помимо этого, булочные изделия являются источниками быстрых углеводов. А также имеют малое содержание в составе витаминов и минеральных веществ. Поэтому, предприятия-производители булочных изделий, а также ученые, интересующиеся данной темой, заинтересованы в улучшении пищевой ценности булочных изделий, снижении содержания добавленного сахара в составе и снижении аллергенности продукции.

Цель исследований – изучение перспектив развития рынка булочных изделий в Республике Беларусь, научная задача – определение потребительских предпочтений в отношении булочных изделий и критериев для развития ассортимента продукции и отсутствием рафинированного сахара в рецептуре.

Исследования проводили путем онлайн-анкетирования (с использованием google-форм), размещенного в социальной сети. Анкета опроса содержала 10 вопросов по теме исследования. В анкетировании приняло участие 30 человек (20 % – мужчин, 80 % – женщин; возрастная группа 20-66 лет). В результате опроса получены следующие результаты: наиболее популярными булочными изделиями являются булочки, батоны и багеты; наименее популярными – сайки; чаще всего булочные изделия покупают несколько раз в неделю; самым популярным местом для покупки являются супермаркеты или гипермаркеты; при выборе товара для покупки популярными критериями признают вкус, аромат и состав; в меньшей степени имеет значение вес товара; большое количество респондентов предпочитают изделия, упакованные на производстве, и такое же количество человек считают упаковку абсолютно неважной; наиболее популярными среди опрошенных являются булочные изделия со сладкими добавками; наименее популярны – изделия без добавок; больше половины опрошенных предпочитают изделия из пшеничной муки; на четверть меньше респондентов предпочитают ржаную муку в составе; новые виды изделий были бы популярны с кофейным вкусом, а также вкусом и ароматом солодового экстракта.

Таким образом, в результате исследования выявлены перспективы использования в технологии производства булочных изделий концентрата (моно)(поли)солодового сула.