

УДК 664.662

МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ АССОРТИМЕНТА И ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ПРЕДПОЧТЕНИЙ РЖАНО-ПШЕНИЧНОГО ХЛЕБА НА БАЗЕ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВОЙ СЕТИ «МАГНИТ»

Воробьева А.А., Мижевикина А.С.

Актуальность.

Хлеб является основным продуктом питания, потребляемым ежедневно. За всю жизнь человек съедает в общей сложности 15 тонн хлеба, причем основная его часть потребляется не отдельно, а заодно с другими продуктами питания, то есть хлеб выступает как необходимая добавка почти к любой пище [1].

Хлебопекарная промышленность РФ относится к ведущим пищевым отраслям АПК. Более 1500 хлебозаводов и 5000 предприятий малой мощности ежегодно вырабатывают около 20 миллионов тонн продукции. В настоящее время наблюдается высокий уровень механизации и автоматизации технологических процессов производства хлеба, внедряются новые технологии и постоянно расширяется ассортимент хлебобулочных изделий [2].

В связи с вышесказанным, целью наших исследований явилось проведение маркетинговые исследования ассортимента и потребительских предпочтений ржано-пшеничного хлеба на базе розничной торговой сети «Магнит».

Для достижения поставленной цели необходимо было решить следующие задачи:

1. Выявить потребительские предпочтения хлебобулочных изделий по виду;
2. Определить критерии выбора пшеничного хлеба;
3. Установить процент популярности ржано-пшеничного хлеба.

Материалы и методы исследования. В апреле 2015 года нами были проведены маркетинговые исследования рынка хлебобулочных изделий.

Опрос проводили среди жителей г. Троицка Челябинской области в возрасте от 18 лет и старше, наиболее часто приобретающих хлебобулочные изделия для своей семьи. В опросе приняло участие 90 респондентов, опрос проводили открытым методом и методом анкетирования по репрезентативной выборке.

Результаты исследования. Хлебобулочная продукция по сей день остается одной из самых потребляемых. Так, 98,1% опрошенных жителей города ежедневно покупают хлебобулочные изделия. При этом самым популярным является пшеничный хлеб, он входит в обязательный рацион питания 36,1% респондентов. Вторым по популярности является ржано-пшеничный хлеб - его потребляют 30,2% респондентов. На третьем месте – сдобные изделия (18,1%). Булочные изделия согласно нашим исследованиям покупают 10,4% респондентов, «другие» виды хлеба потребляют примерно 5,2% (Рисунок 1).

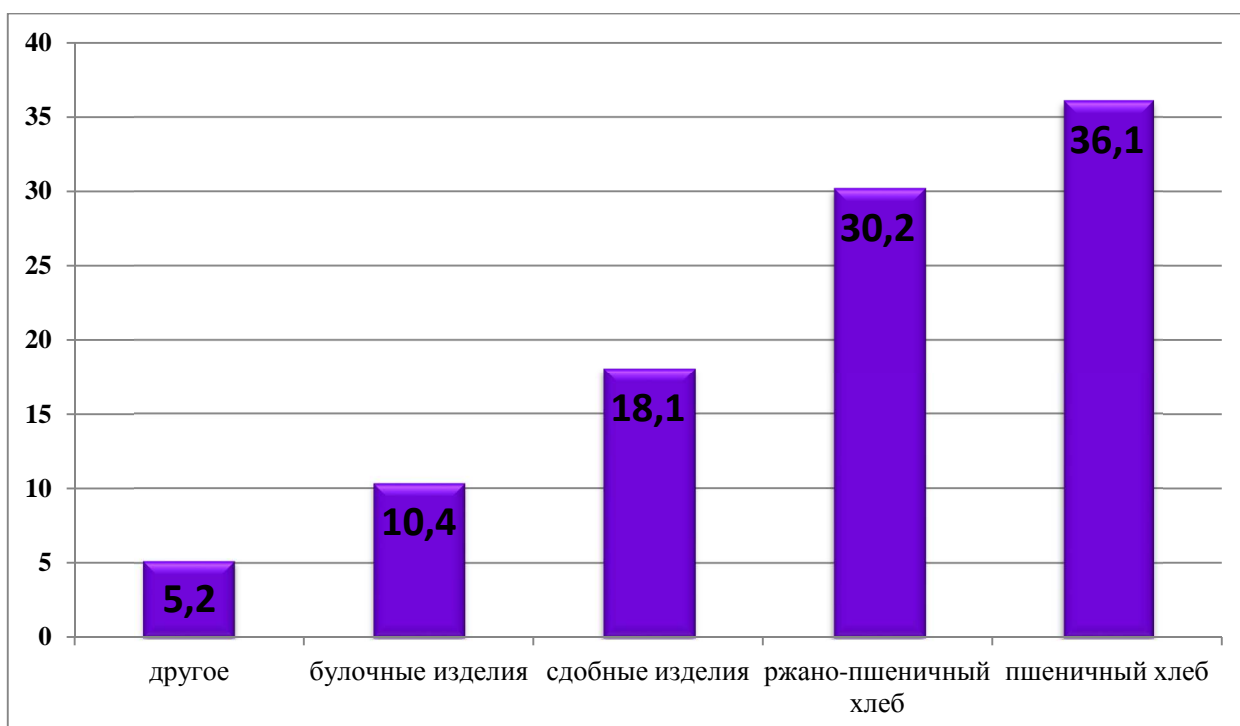


Рисунок 1 – Потребление хлебобулочных изделий по виду, %

Вкусы потребителей не отличаются особым разнообразием: лидерами предпочтений являются давно известные и выпускаемые всеми заводами

сорта пшеничного и ржано-пшеничного хлеба, например хлеб из пшеничной муки высшего сорта, хлеб из пшеничной муки первого сорта, хлеб пшеничный с отрубями, «Бородинский», «Дарницкий» и т.д. Реализация этих сортов составляет львиную долю продаж на рынке.

Булочные изделия, а также сдоба, составляют небольшие проценты от общего объема производства и продаж. Именно за эти проценты идет ожесточенная борьба среди производителей. Заводы не имеют возможности по-настоящему конкурировать в производстве основных сортов хлеба, изготавливаемых по одинаковым рецептурам. Они вынуждены воевать за проценты рынка, расширяя ассортимент, разрабатывая новые виды и сорта продукции.

Главным критерием при выборе ржано-пшеничного хлеба является свежесть продукции – так ответили 43,0% респондентов (Рисунок 2). Также при покупке потребители ориентируются на вкус и внешний вид – они важны соответственно для 24,2 и 15,6% опрошенных. Менее значимым с точки зрения респондентов является ценовая составляющая (10,6%) и известность производителя.

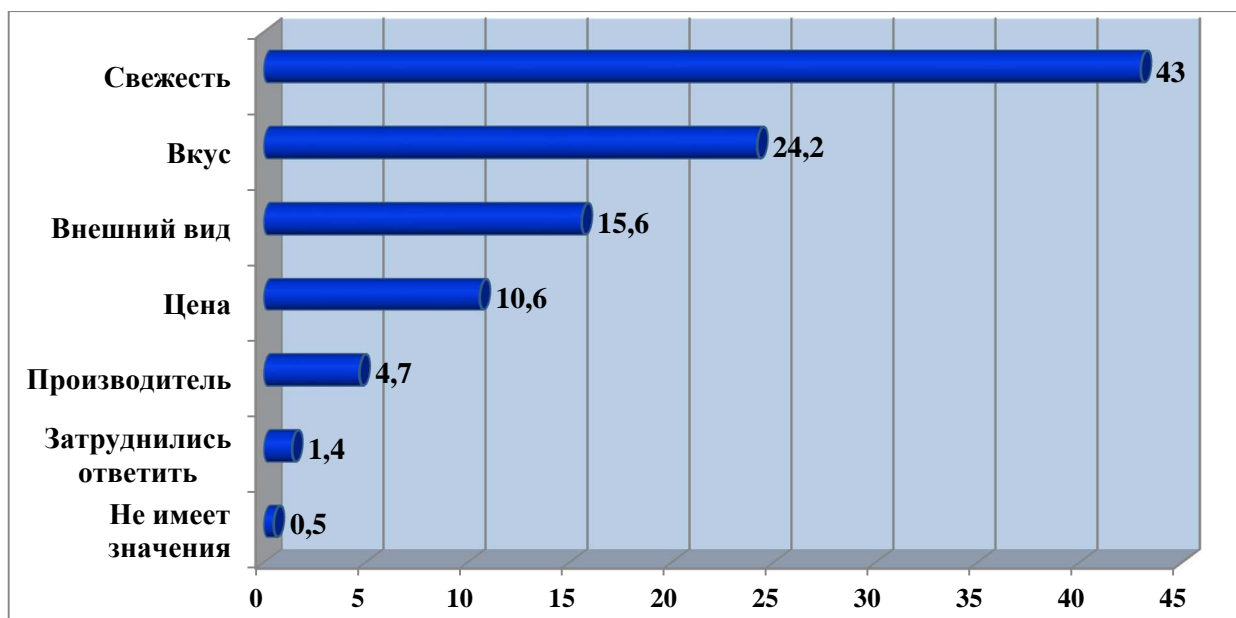


Рисунок 2 – Критерии выбора пшеничного хлеба

В процессе исследования проводился анализ предпочтения ржано-пшеничного хлеба. Вопрос по знанию производителей задавался в открытой

форме, то есть без подсказки. Респондентам предлагалось вспомнить название хлеба, которые они предпочитают (Рисунок 3).

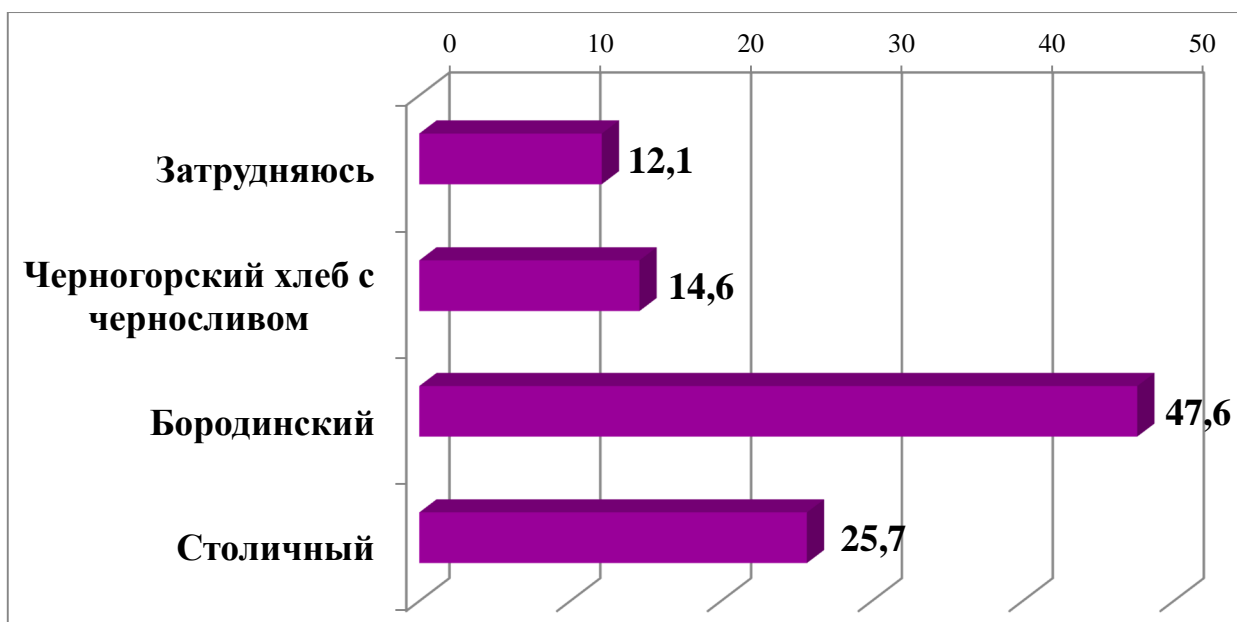


Рисунок 3 – Процент популярности ржано-пшеничного хлеба

Как показали результаты опроса, наибольшей популярностью пользуется «Бородинский» хлеб - 47,6% опрошенных. На второй строчке располагается «Столичный» - 25,7% ответов, «Черногорский с черносливом» предпочитают 14,6% опрошенных, и 12,1% затруднились ответить.

Выводы

1. По данным маркетинговых исследований самыми популярными хлебобулочными изделиями являются пшеничный хлеб – 36,1%, ржано-пшеничный хлеб – 30,2%, сдобные изделия – 18,1%.
2. Главным критерием при выборе ржано-пшеничного хлеба является свежесть продукции – так ответили 43,0% респондентов, вкус и внешний вид – 24,2 и 15,6% опрошенных соответственно, меньше ценовая составляющая (10,6%) и известность производителя.
3. Наибольшей популярностью среди ржано-пшеничного хлеба пользуется «Бородинский» хлеб - 47,6% опрошенных. На второй строчке располагается «Столичный» - 25,7% ответов, «Черногорский с черносливом» предпочитают 14,6% опрошенных, и 12,1% затруднились ответить.

Список литературы

1. Гришин, А.С. Современное хлебопекарное производство: Учебник/ А.С. Гришин, Т.Н.Ильинская, Г.С.Зельман. – М.:Пищевая промышленность,2008. – 413с.
2. Лифиц, И.М. Конкурентоспособность товаров и услуг: Учебное пособие/ И.М. Лифиц.- М.: ИНФРА-М, 2009.-460 с.