

Компания «Онега» под торговой маркой «Долина злаков» выпускает хлебцы с клетчаткой и зародышами пшеницы, предназначенные для коррекции обмена веществ.

ОАО «Спартак» разработало линейку батончиков мюсли из смеси зерновых хлопьев, ядер семян подсолнечника и тыквы, семян кунжута и льна, которые могут стать хорошей альтернативой шоколадным батончикам и прекрасным источником энергии во время тренировок и др.

Таким образом, на основании анализа ассортимента более 15 белорусских производителей систематизирована база данных продуктов питания, которые по своим потребительским характеристикам соответствуют принципам спортивного питания. Описаны потребительские характеристики продукции для фитнес-питания, особенности состава и назначение.

Н.Д. Бахар
БГЭУ (Минск)

ИЗУЧЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ПРЕДПОЧТЕНИЙ ШОКОЛАДА ПУТЕМ АНКЕТИРОВАНИЯ РЕЗИДЕНТОВ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

В последние годы усиливается значимость оперативной, четкой и проверенной маркетинговой информации — одной из составляющих успеха любой компании.

Популярным методом сбора информации является опрос, проведенный посредством анкетирования. Анкетирование позволяет определить весь комплекс побудительных факторов, которыми руководствуются потребители при выборе товаров (доходы, половозрастная структура, образование, социальное положение). Грамотное проведение маркетинговых исследований позволяет определять потребности и предпочтения потребителей, оценивать рыночные перспективы продуктов и эффективность различных кампаний по продвижению товаров, а также выбирать наиболее эффективные средства продвижения товаров и принимать обоснованные управленческие решения.

Доступность, расширение ассортимента изделий, в том числе функционального назначения, и другие инновации на рынке кондитерских изделий в значительной степени изменили и традиционные подходы к этой группе продуктов. Задачей исследований являлось изучение потребительского спроса резидентов Республики Беларусь на шоколад с целью разработки рекомендаций по совершенствованию его ассортимента.

Для проведения маркетинговых исследований была разработана анкета, включающая блок социально-демографических вопросов и блок вопросов о предпочтительности шоколада. Обработка получен-

ных данных производилась с помощью компьютерной программы для статистической обработки данных.

В результате проведенного анализа предпочтений потребителей было установлено:

- преобладающая часть респондентов наиболее часто приобретает отечественный шоколад, что свидетельствует о достаточно прочных позициях белорусских кондитерских фабрик на рынке;

- первостепенными факторами, обуславливающими выбор шоколада из представленного ассортимента, являются его стоимость, состав и дизайн упаковки. В связи с этим отечественным производителям стоит уделять большое внимание: качеству продукта; яркой и заметной упаковке, которая была бы ориентирована непосредственно на мужчин, женщин, а также на различные возрастные группы населения; маркировке продукта, а также проводить активную рекламу отечественных брендов в СМИ, на билбордах и т.д., организовывать рекламные акции, дегустации;

- в настоящее время наибольший интерес для потребителей представляет шоколад с добавлением орехов, экзотических вкусовых добавок, компонентов, обладающих тонизирующим эффектом или повышающих пищевую ценность изделий, а также шоколад, изготовленный со сниженным содержанием легкоусвояемых углеводов или с добавлением низкокалорийных сахарозаменителей. При использовании инновационных пищевых ингредиентов в рецептуре кондитерских изделий (сахарозаменители, обогащающие добавки) необходима реклама о пользе и безопасности данных компонентов.

Таким образом, в докладе приведены результаты анализа предпочтений потребителей Республики Беларусь в отношении шоколада, установлены приоритетные факторы, обуславливающие выбор шоколада, а также предложены направления по совершенствованию ассортимента шоколада, выпускаемого отечественными кондитерскими фабриками, что может быть использовано при разработке новых видов шоколада, а также для успешного продвижения белорусской кондитерской продукции на мировой рынок.

*М.Ю. Бойко
М.Л. Зенькова
БГЭУ (Минск)*

ИССЛЕДОВАНИЕ ХИМИЧЕСКОГО СОСТАВА ЗЕРНА ГРЕЧИХИ

В последние годы в инновационных проектах пищевой отрасли преобладает термин «обогащение». Очевидное решение при создании инновационных обогащенных продуктов — использование сырья,