

УДК 664.87 : 339.138

Поступила в редакцию 26.05.2025
Received 26.05.2025**М. И. Гарлинская, К. Н. Гершончик***РУП «Научно-практический центр Национальной академии наук Беларуси
по продовольствию», г. Минск, Республика Беларусь***МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ ПО ИЗУЧЕНИЮ
ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ПРЕДПОЧТЕНИЙ ПОЛУФАБРИКАТОВ МУЧНЫХ
ИЗДЕЛИЙ ПОВЫШЕННОЙ ПИЩЕВОЙ ЦЕННОСТИ**

Аннотация. В данной статье проведен анализ потребительских предпочтений полуфабрикатов мучных изделий, которые выпускаются на белорусских предприятиях, а также проведены исследования по изучению спроса среди населения на данный вид продукции. Определены наиболее востребованные потребителями критерии при выборе полуфабрикатов мучных изделий, в том числе повышенной пищевой ценности и гепатопротекторного действия. Маркетинговое исследование проведено с помощью метода опроса респондентами от 18 лет и старше. На основе проведенного исследования выполнен статистический анализ данных с последующим представлением результатов и их интерпретацией.

Ключевые слова: маркетинговые исследования, продукты переработки семян масличных культур, полуфабрикаты мучных изделий, гепатопротекторное действие.

M. I. Garlinskaya, K. N. Gershonchik*RUE «Scientific and Practical Center for Foodstuffs of the National Academy of Sciences of Belarus»,
Minsk, Republic of Belarus***MARKETING RESEARCH TO STUDY CONSUMER PREFERENCES FOR
SEMI-FINISHED FLOUR PRODUCTS WITH HIGH NUTRITIONAL VALUE**

Abstract. This article analyzes consumer preferences for semi-finished flour products manufactured at Belarusian enterprises, and also conducts research to study population demand for this type of product. The most popular criteria for consumers when choosing semi-finished flour products, including those with increased nutritional value and hepatoprotective action, are determined. The marketing research was conducted using a survey method with respondents aged 18 and older. Based on the research, a statistical analysis of the data was performed, followed by presentation of the results and their interpretation.

Keywords: marketing research, processed oilseed products, semi-finished flour products, hepatoprotective action.

Введение. При проведении маркетингового исследования потребительских предпочтений на тот или иной продукт можно определить основные факторы, которые влияют его выбор. По результатам анализа анкет специалисты могут спрогнозировать форму, вкус и цвет разрабатываемого продукта с заданным химическим составом и пищевой ценностью. Проводимые маркетинговые исследования потребительских предпочтений помогают определить степень удовлетворенности покупателей тем или иным товаром, подобрать наилучшее соотношение цена/качество [1 — 4].

В традиционной структуре питания населения пользуются спросом мучные кондитерские изделия (печенье, кексы, вафли и др.), ассортимент которых широко представлен на отечественном рынке. Свежие мучные кондитерские изделия можно быстро приготовить в условиях малых предприятий и в домашних условиях, используя полуфабрикаты мучных изделий, которые на предприятиях скомпонованы по содержанию основных и вспомогательных компонентов. Отечественными предприятиями вырабатывается порядка 30 наименований полуфабрикатов мучных изделий [5].

Целью данной статьи является изучение потребительского спроса на полуфабрикаты мучных изделий, в том числе повышенной пищевой ценности.

Материалы и методы исследований. В данной работе использовали методы наблюдения, анализа, обобщения, методы товароведческой экспертизы, а также статистические методы для обработки результатов. Для изучения потребительских предпочтений полуфабрикатов мучных изделий на отечественном рынке в 2022 году проведен опрос в виде индивидуального очного и заочного анкетирования различных групп населения Республики Беларусь. При составлении анкеты использовали GoogleForm. В части некоторых вопросов респондентам предлагалось ответить самим на поставленный вопрос, в других вопросах — выбрать из предложенных вариантов, а также оставить свой вариант при отсутствии удовлетворяющего варианта из предложенных.

Объем выборки составил 384 человека. Целевая группа исследования — мужчины и женщины в возрасте от 18 лет и старше. В анкетировании принимали участие представители разных социальных групп. Наиболее многочисленную группу респондентов составили госслужащие (64,4 %) и рабочие (13,3 %), пенсионеры составили 10 %, студенты — 6,25 %, другие — 6 %.

Результаты исследований и их обсуждение. Проведен анализ рынка полуфабрикатов мучных изделий, в результате которого установлено, что отечественные предприятия больше всего производят смеси для приготовления блинов (26 %), доля смесей для приготовления оладий и пиццы составляет 17 %. Меньшим ассортиментом представлены смеси для приготовления хлеба, кексов и пончиков: 10 %, 7 % и 5 % соответственно. Всего 3 % из всех выпускаемых полуфабрикатов мучных изделий — для выпечки печенья, пирогов, маффинов и хвороста. Сухие смеси для приготовления печенья представлены только 2 торговыми марками: «Печенье домашнее с изюмом» торговой марки «Спадарыня» и «Печенье домашнее» ОАО «Климовичский комбинат хлебопродуктов». Единичными наименованиями представлены смеси для приготовления беляшей, булочки домашней и торта «Космос», доля которых составляет 2 % от всего объема отечественных полуфабрикатов мучных изделий. Следует отметить, что на рынке отсутствуют смеси повышенной пищевой ценности отечественного производства. В связи с чем, разработка полуфабрикатов мучных изделий для приготовления печенья повышенной пищевой ценности с использованием продуктов переработки масличного сырья (кунжутной, тыквенной, льняной, конопляной муки, шрота расторопши пятнистой) является актуальным направлением научных исследований [5 — 9].

На следующем этапе работы проведено анонимное анкетирование, вопросы которого были разбиты на два блока. В первом — проведен анализ будущего потребителя разрабатываемого продукта (определены возраст, социальное положение и пищевые привычки).

Второй блок вопросов позволял оценить предпочтения респондентов по выбору полуфабрикатов мучных изделий, проведена оценка основных факторов, которые влияют на выбор и покупку обогащенных продуктов. Опрос респондентов также позволил оценить готовность приобретать продукты, содержащие растительное сырье с гепатопротекторными свойствами для поддержания функций печени.

Анализ полученных результатов показал, что 59,8 % среди опрошенных периодически используют пищевые концентраты при приготовлении блюд в домашних условиях. Положительное отношение к пищевым концентратам отметили 27,7 % участников анкетирования.

Среди опрошенных 47,2 % используют полуфабрикаты мучных изделий по мере необходимости, из числа данной группы 48,7 % опрошенных готовят печенье, используя готовые сухие смеси.

При проведении анализа реализуемых в торговых сетях Республики Беларусь полуфабрикатов мучных изделий, установлено, что респонденты хотя бы раз приобретали следующие полуфабрикаты мучных изделий: ОАО «Климовичский комбинат хлебопродуктов», «Гаспардар», «Уладар», «Спадарыня», ОАО «Лидская мука», «Чудесница», «Столичная мельница», «Гарнец», «Dr. Oetker», «С.Пудовъ», «Полезно», «Печем дома», «Тестовъ», однако 40 человек предложили расширить ассортимент выпускаемых полуфабрикатов мучных изделий, например, на рынке не хватает готовых смесей для выпечки круассанов, а также с содержанием цельнозерновой и других видов муки.

На следующем этапе проводимых исследований определяли отношение респондентов к обогащенным продуктам питания. Результаты представлены на рисунке 1. 62,4 % респондентов знакомы с обогащенными продуктами питания и периодически их приобретают. При этом, 19,4 % участников исследования постоянно употребляют обогащенные продукты питания.

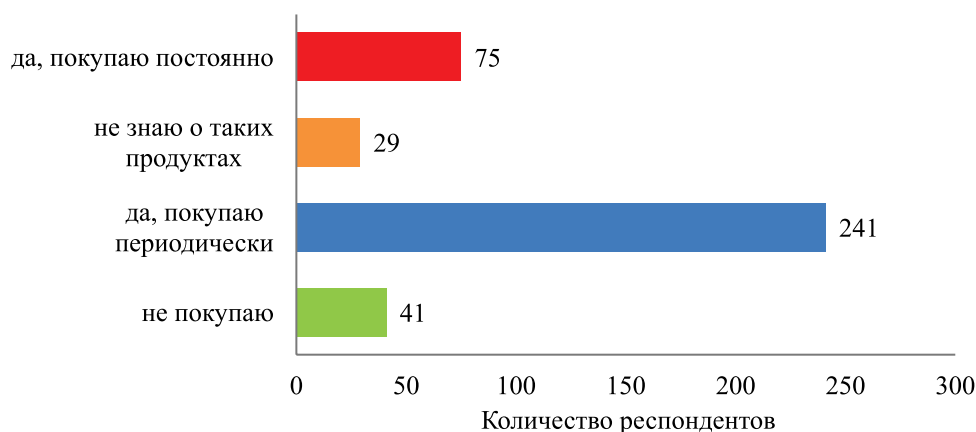


Рис. 1. Результаты анализа использования потребителями в рационе обогащенных продуктов питания (витаминами, минералами, пищевыми волокнами и др.)

Fig. 1. Results of the analysis of the use of fortified foods (vitamins, minerals, dietary fiber, etc.) in the diet of consumers

При проведении маркетинговых исследований установлено, что 51,8 % потребителей заинтересованы в продукции, обогащенной витаминами и минералами, 42 % респондентов — полиненасыщенными жирными кислотами (ω -3, ω -6), 38,9 % респондентов — пищевыми волокнами.

В ходе проведения интервьюирования по определению факторов, которые влияют на выбор обогащенного продукта, 74,4 % опрошенных указали пользу продукта для здоровья, при этом 65 % респондентов обратили внимание на состав продукта, а стоимость продукта оказалась существенным критерием для 43,5 % респондентов.

При выпуске продукта с измененным рецептурным составом важным критерием является сохранение привычных органолептических свойств, а также готовность потребителей к изменению вкуса, запаха, текстуры в новом продукте питания. В данном исследовании респондентам было предложено представить, смогут ли они приобретать продукт с незначительными изменениями во вкусе, запахе, структуре при условии улучшения его состава. Результаты опроса представлены на рисунке 2.



Рис. 2. Результаты опроса респондентов об использовании нового обогащенного продукта с пользой для здоровья при условии незначительного изменения вкуса, аромата или внешнего вида

Fig. 2. Results of a survey of respondents on the health benefits of using a new fortified product with little change in taste, aroma or appearance

Установлено, что 49,5 % человек среди опрошенных готовы принять продукт и считают, что польза для здоровья важнее. 33,4 % респондентов смогут попробовать продукт даже при незначительном изменении его привычных вкуса, аромата или внешнего вида.

Результаты анализа анкетирования показали, что 66,8 % респондентов намерены приобретать и использовать в рационе полуфабрикаты мучных изделий с добавлением продуктов переработки масличного сырья при доказанной пользе для здоровья. Данную группу продуктов при условии приятного вкуса готовы приобретать 45,1 % человека среди опрошенных.

Следует отметить, что 42 % респондентов готовы приобретать полуфабрикаты мучных изделий повышенной пищевой ценности с увеличением стоимости до 25 %, а для 27,5 % участников анкетирования не важна стоимость продукта, если он полезен.

На следующем этапе проведены исследования по отношению респондентов к продуктам, которые содержат растительное сырье с гепатопротекторными свойствами для поддержания функций печени. Результаты исследований представлены на рисунке 3.

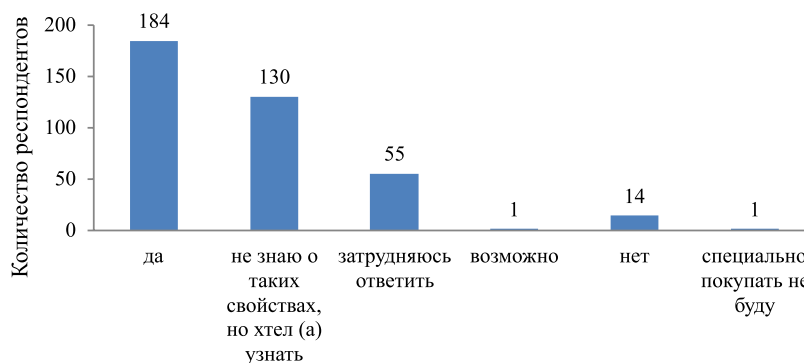


Рис. 3. Результаты опроса респондентов об использовании в своем рационе продуктов, которые содержат растительное сырье с гепатопротекторными свойствами

Fig. 3. Results of a survey of respondents about the use in their diet of products that contain plant materials with hepatoprotective properties

В результате интервьюирования установлено, что 47,5 % респондентов готовы приобретать продукты питания, содержащие растительные компоненты, оказывающие положительное влияние на функции печени. При этом, 33,7 % не знают о таких свойствах, но у них вызывает интерес данная информация.

Заключение. Анализ рынка полуфабрикатов мучных изделий показал, что разнообразным ассортиментом представлены сухие смеси для производства хлеба, оладий, блинов, кексов, однако выпускается всего две позиции сухих смесей для приготовления печенья, при этом основным рецептурным компонентом данных смесей является пшеничная мука.

Результаты проведенных исследований потребительских предпочтений позволили установить, что разработка полуфабрикатов мучных изделий повышенной пищевой ценности является актуальным направлением научных исследований. Результаты анкетирования различных групп населения показывают заинтересованность потребителей в отечественном продукте, а именно: 66,8 % потребителей заинтересованы в появлении на рынке полуфабрикатов мучных изделий повышенной пищевой ценности, при этом 33,4 % выразили заинтересованность при условии пользы для здоровья с незначительным изменением органолептических показателей.

Анализ потребительских предпочтений показал, что разработанные полуфабрикаты мучных изделий с включением продуктов переработки масличного сырья будут пользоваться спросом, так как являются востребованными для белорусских потребителей ввиду отсутствия аналогичного продукта на отечественном рынке.

Список использованных источников

1. Почицкая, И. М. Изучение потребительских предпочтений рыбных продуктов в Республике Беларусь / Почицкая И. М., Комарова Н. В., Красовская Е. С. // Пищевая промышленность: наука и технологии. — 2017. — №3. — С. 88-98.
2. Толкунова, Н. Н. Выявление потребительских предпочтений в группе хлебобулочных и мучных кондитерских изделий с начинками / Толкунова Н. Н., Жучков А. А., Ашихина М. П. // Научные записки. ОрелГИЭТ. — 2017. — №1 (19). — С. 112-114.
3. Ефремов, Ю. А. Изучение потребительского спроса на обогащенные продукты питания в алтайском крае и воронежской области / Ю. А. Ефремов, Ю. А. Сафонова, И. М. Жаркова, Д. М. Бородин, А. В. Коркина // Технология и товароведение инновационных пищевых продуктов. — № 1 (72). — 2022. — С. 108-112.
4. Святкина, Л. И. Современные технологии в формировании качества и потребительских свойств мучных кондитерских изделий / Л. И. Святкина, В. Я. Андрухова // Технология и товароведение инновационных пищевых продуктов. — № 2 (73). — 2022. — С. 88-93.

5. Гарлинская, М. И. Анализ пищевой и биологической ценности полуфабрикатов мучных изделий, обогащенных продуктами переработки семян масличных культур / М. И. Гарлинская, К. Н. Гершончик, Ю. С. Усеня, Л. В. Филатова, В. Л. Рослик // Наука, питание и здоровье : сб. науч. тр. В 2 ч. Ч. 1 / под общ. ред. З. В. Ловкиса / Науч.-практ. центр Нац. акад. наук Беларуси по продовольствию. — Минск : Беларуская навука, 2021. — с. 110-116.
6. Калинкина, Н. О. Обогащение сдобного печенья белком и пищевыми волокнами / Н. О. Калинкина, Е. Ю. Егорова // Ползуновский вестник. — 2019. — № 1. — С. 17-22.
7. Ушакова, Ю. В. Влияние состава композитных смесей с пониженным содержанием глютена на реологические свойства теста / Ю. В. Ушакова, Е. М. Паськова, Г. Е. Рысмухамбетова, Т. Б. Кулеватова // Новые технологии. — 2020. — Т. 15. — № 4. — С. 74-83.
8. Садыгова, М. К. Технологические решения при производстве песочного печенья с обогащающими добавками / М. К. Садыгова [и др.] // Вестник РГАТУ. — № 3 (39). — 2018. — С. 113-118.
9. Антонова, В. А. Расторопша пятнистая как ценная нетрадиционная добавка для мучных кондитерских изделий / В. А. Антонова, И. И. Багаутдинов // Материалы XI Национальной научно-практической конференции молодых ученых «Наука молодых — инновационному развитию АПК» : сб. Ч. II // Башкирский государственный аграрный университет. — Уфа, 04 декабря. — 2018. — С. 99-104.

Информация об авторах

Гершончик Ксения Николаевна, кандидат технических наук, заведующий сектором кондитерской отрасли отдела технологий кондитерской и масложировой продукции РУП «Научно-практический центр Национальной академии наук Беларуси по продовольствию» (ул. Козлова, 29, 220037, г. Минск, Республика Беларусь).

E-mail: candy@belproduct.com

Гарлинская Марина Игоревна, младший научный сотрудник сектора кондитерской отрасли отдела технологий кондитерской и масложировой продукции РУП «Научно-практический центр Национальной академии наук Беларуси по продовольствию» (ул. Козлова, 29, 220037, г. Минск, Республика Беларусь).

E-mail: candy@belproduct.com

Information about authors

Gershonchik Ksenia Nikolaevna, PhD (Technical), head of the sector of the confectionery branch department of technologies of confectionery and fat-and-oil products The Scientific and Practical Centre for Foodstuffs of the National Academy of Sciences of Belarus (29, Kozlova str., 220037, Minsk, Republic of Belarus).

E-mail: candy@belproduct.com

Garlinskaya Marina Igorevna, Junior Researcher of the confectionery branch sector of the Confectionery and fat-and-oil Products Technology Department The Scientific and Practical Centre for Foodstuffs of the National Academy of Sciences of Belarus (29, Kozlova str., 220037, Minsk, Republic of Belarus).

E-mail: candy@belproduct.com