

Воробьева А.А., Мижевикина А.С.

ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ ПРЕДПОЧТЕНИЯ ПШЕНИЧНОЙ МУКИ ВЫСШЕГО СОРТА РАЗНЫХ ТОРГОВЫХ МАРОК

Актуальность.

Пшеничная мука — мука, получаемая из зёрен пшеницы, самый популярный вид муки, применяемый для выпечки. [3].

В России мукомольная отрасль является одним из важнейших сегментов рынка.

По данным Росстата потребление хлебопродуктов в России составляет 120-121 кг на человека в год. Потребление хлебобулочных изделий складывается в основном из продуктов на основе пшеничной муки - 60-66%.

Если раньше при выборе муки потребитель чаще всего обращал внимание на цену, то на сегодняшний день очень большое внимание уделяется качеству покупаемой продукции.

Поэтому, на современном продовольственном рынке успешное продвижение продукта зависит от качества, а соответственно и его способность конкурировать с аналогичными товарами [2].

В последнее время на российском рынке значительно увеличилось количество торговых марок пшеничной муки, а значит выросла и конкуренция в борьбе за потребителя [3].

В связи с вышесказанным *целью* настоящих исследований было изучение потребительских предпочтений пшеничной муки высшего сорта разных торговых марок.

В *задачи* исследований входило:

1. Проведение социологического опроса респондентов на следующие темы:
 - «Муку какого вида и сорта Вы предпочитаете покупать чаще всего?»;
 - «На что Вы обращаете внимание при выборе муки?»;

- «Пшеничную муку высшего сорта какой торговой марки Вы предпочитаете покупать?»»;

2. Исследование упаковки и оценка полноты маркировки образцов пшеничной муки высшего сорта.

Материалы и методы исследования. Исследования проводили в 2015 году на базе лаборатории кафедры ТПТ и ВСЭ ФГБОУ ВПО Южно-Уральского ГАУ.

На первом этапе нами был проведен социологический опрос 100 респондентов женского пола в возрасте от 20 до 60 лет на следующие темы: «Муку какого вида и сорта Вы предпочитаете покупать чаще всего?»; «На что Вы обращаете внимание при выборе муки?»; «Пшеничную муку высшего сорта какой торговой марки Вы предпочитаете покупать?».

На втором этапе на основании потребительских предпочтений были отобраны пробы образцов муки для исследования упаковки и маркировки.

Объектами исследований служили образцы пшеничной муки высшего сорта разных торговых марок (Рисунок 1):

Образец №1 – пшеничная мука высшего сорта торговой марки «Увелка» (Челябинская область, п.Увельский);

Образец №2 - пшеничная мука высшего сорта торговой марки «Шадринская» (Курганская область, г.Шадринск);

Образец №3 - пшеничная мука высшего сорта торговой марки «Макфа» (Сосновский район, п.Рощино);

Образец №4 - пшеничная мука высшего сорта торговой марки «Дикси» (г.Москва);

Образец №5 - пшеничная мука высшего сорта торговой марки «Бисмак» (Тамбовский район, п. Строитель).



Образец №1



Образец №2



Образец №3



Образец №4



Образец №5

Рисунок 1 – Образцы пшеничной муки высшего сорта

Качество упаковки и полноту маркировки оценивали на соответствие требованиям ГОСТ 26791-89 [1].

Результаты исследования. В результате социологического опроса на тему «Муку какого вида и сорта Вы предпочитаете покупать чаще всего?» были получены данные, представленные на рисунке 2. Из которых ясно, что наибольшее количество респондентов – 77% чаще всего приобретают пшеничную муку высшего сорта. Реже покупают пшеничную муку I сорта – 15% опрошенных. Очень редко приобретают пшеничную муку II сорта – 5% и ржаную муку – 3%.

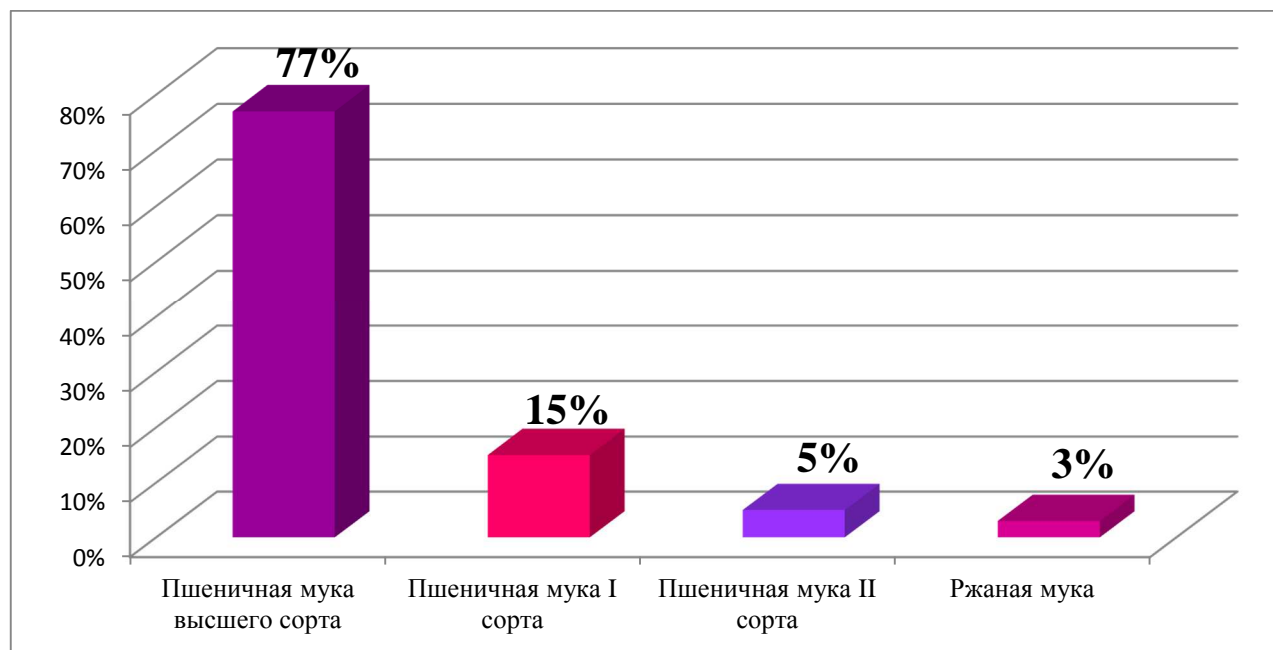


Рисунок 2 - Результаты социологического опроса на тему «Муку какого вида и сорта Вы предпочитаете покупать чаще всего?»

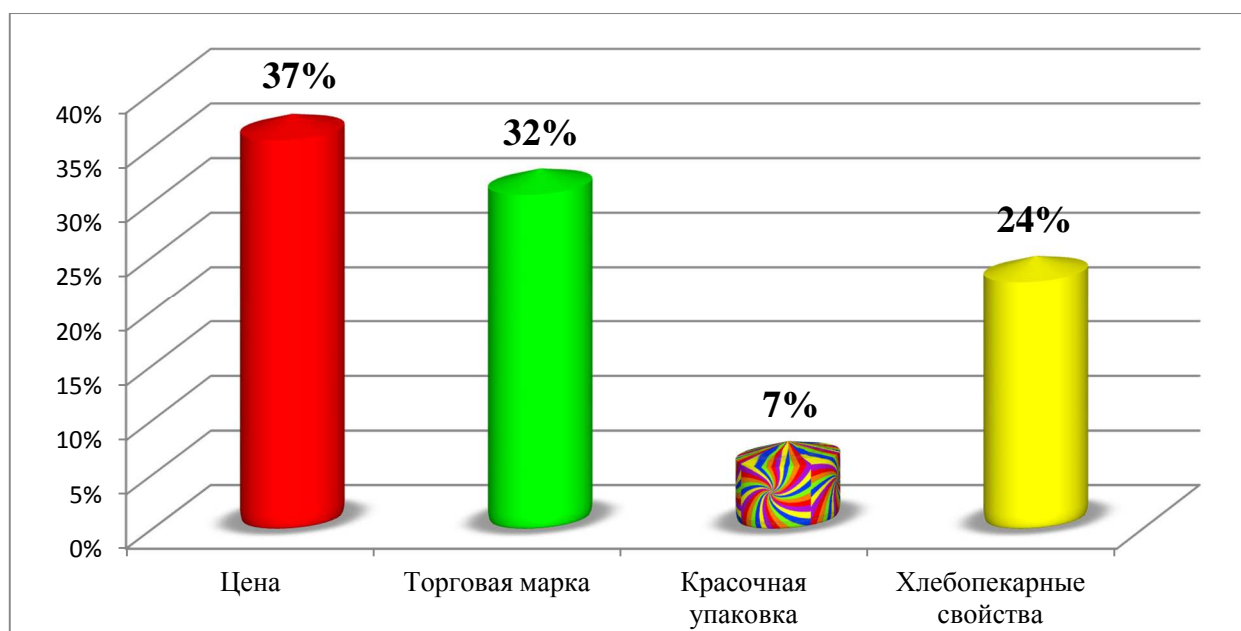


Рисунок 3 – Результаты социального опроса на тему «На что Вы обращаете внимание при выборе муки?»

В ходе опроса женской половины населения на тему «На что Вы обращаете внимание при выборе муки?» нами было установлено, что большинство из них при выборе муки в первую очередь обращают внимание на цену – 37%. Не менее значимым показателем является торговая марка, на нее обращает внимание не меньшее количество респондентов – 32%. Реже выбирают муку по хлебопекарным свойствам – 24% и еще реже по красочной упаковке – 7% (Рисунок 3).

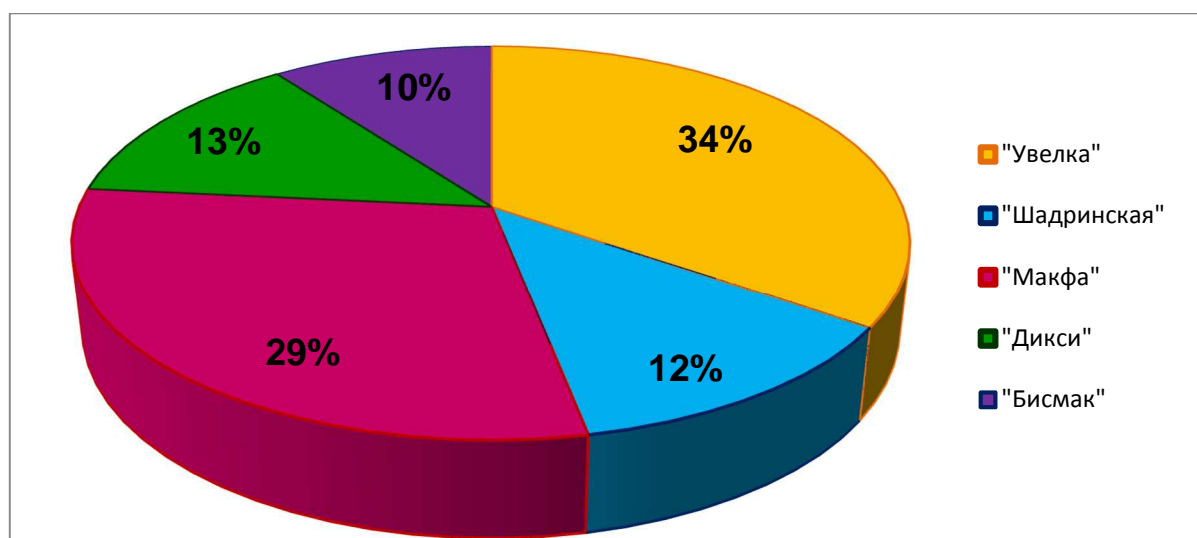


Рисунок 4 - Результаты социологического опроса потребителей на тему «Пшеничную муку высшего сорта какой торговой марки Вы предпочитаете покупать?»

По результатам опроса было выявлено, что наибольшее число респондентов предпочитают муку пшеничную высшего сорта торговой марки «Увелка» - 34%, на втором месте мука пшеничная высшего сорта торговой марки «Макфа» - 29%, последнее место заняла пшеничная мука такой марки как «Бисмак» - 10% (Рисунок 4).

Образцы пшеничной муки высшего сорта были упакованы в бумажные пакеты. Упаковка образцов была чистой, целой, без повреждений в соответствии с требованиями ГОСТ 26791-89 [1].

Результаты оценки полноты маркировки исследуемых образцов пшеничной муки представлены в таблице 1.

Таблица 1- Результаты оценки полноты маркировки пшеничной муки

Показатель	Результаты исследований				
	Образец №1	Образец №2	Образец №3	Образец №4	Образец №5
1	2	3	4	5	6
Наименование продукта	Мука «Увелка» пшеничная высшего сорта	Мука «Шадринская» пшеничная высшего сорта	Мука «Макфа» пшеничная высшего сорта	Мука «Дикси» пшеничная высшего сорта	Мука «Бисмак» пшеничная высшего сорта
Наименование и местонахождение изготовителя	ЗАО КХП «ЗЛАК», п. Увельский, ул. Элеваторная 5	ЗАО «Шадринский комбинат хлебопродуктов», Курганская обл., г.Шадринск, ул. Труда 14	ОАО «Макфа», Сосновский район, п. Рощино	ОАО «Московский мельничный комбинат №3» г. Москва, ул. 1-ая Магистральная 14	ООО «ТАК АГРОС» Тамбовский район, пос. Строитель, ул. Промышленная 54
Масса нетто, кг	2	2	2	2	2
Пищевая ценность на 100 г продукта:					
углеводы, г	71,0	68,7	70,6	71,0	70,6
белок, г	10,5	10,3	10,3	10,0	10,3
жир, г	1,0	1,1	1,1	1,0	1,1
Энергетическая ценность, Ккал	330,0	334,0	334,0	330,0	334,0
Изготовлено и упаковано, № смены	08.09.14. 2	05.12.14	24.10.14 1	12.12.14	29.01.15 1
Срок годности и условия хранения	Хранить при температуре не выше 25°С, ОВВ не более 70%	Хранить при температуре не выше 25°С, ОВВ не более 70%	Хранить при температуре не выше 25°С, ОВВ не более 70%	Хранить при температуре не выше 25°С, ОВВ не более 70%	Хранить при температуре не выше 25°С, ОВВ не более 70%

Продолжение таблицы 1

1	2	3	4	5	6
Обозначение настоящего стандарта	ГОСТ Р 52189-2003	ГОСТ Р 52189-2003	ГОСТ Р 52189-2003	ГОСТ Р 52189-2003	ГОСТ Р 52189-2003
Пищевые добавки, ароматизаторы	Отсутствуют	Отсутствуют	«Витаминизированная»	Отсутствуют	«Витаминизированная»

Анализируя данные таблицы 1, мы видим, что маркировка на все образцы была нанесена в полном объеме, в соответствии с требованиями ГОСТ Р 26791-89. Несущественные различия имелись в пищевой и энергетической ценности, отличалась дата изготовления, пищевые добавки и ароматизаторы имелись в двух образцах пшеничной муки торговых марок «Макфа» и «Бисмак».

Выводы:

1. Социологический опрос на тему «Муку какого вида и сорта Вы предпочитаете покупать чаще всего?» показал, что наибольшее количество респондентов – 77% чаще всего приобретают пшеничную муку высшего сорта. Реже покупают пшеничную муку I сорта – 15%. Очень редко пшеничную муку II сорта – 5% и ржаную муку – 3%.
2. В ходе опроса женской половины населения на тему «На что Вы обращаете внимание при выборе муки?» было установлено, что большинство, во-первых, обращает внимание на цену – 37%, во-вторых, на торговую марку – 32%, реже выбирают муку по хлебопекарным свойствам – 24% и еще реже по красочной упаковке – 7%.
3. В результате социологического опроса на тему: «Пшеничную муку высшего сорта какой торговой марки Вы предпочитаете покупать?» были получены следующие данные «Увелка» - 34%, «Макфа» - 29%, «Дикси» - 13%, «Шадринская» - 12%, «Бисмак» - 10%.
4. Упаковка и маркировка муки высшего сорта таких торговых марок как «Увелка», «Макфа», «Шадринская», «Бисмак», «Дикси» полностью соответствовала требованиям ГОСТ Р 26791-89.

Список литературы

1. ГОСТ 26791-89 «Продукты переработки зерна. Упаковка, маркировка,

транспортирование и хранение».- Введ. 01.07.1990. – М.: Стандартиформ, 1990. – 8с.

2. Гранаткина, Н.В.Товароведение и организация торговли продовольственными товарами / Н.В. Гранаткина. – М.: Издательский центр «Академия», 2006. – 240 с.
3. Николаева М.А. Товароведение потребительских товаров. Теоретические основы. Учебник для ВУЗов. / М.А. Николаева. – М.: Изд-во НОРМА, 2003. – 283с.