

ИЗУЧЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ПРЕДПОЧТЕНИЙ И ОЦЕНКА УДОВЛЕТВОРЕННОСТИ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ХЛЕБА, РЕАЛИЗУЕМОГО ОАОТ «ДАБРАБЫТ» Г. ГОМЕЛЯ

В настоящее время в розничной торговой сети ассортимент хлеба представлен достаточно широко. Однако потребитель не всегда может приобрести хлеб, соответствующий его требованиям по качеству и в нужном ассортименте.

Цель исследования – выявить предпочтения потребителей к хлебу и оценить удовлетворенность потребителей с целью формирования рационального ассортимента в ОАОТ «Дабрабыт». Для достижения поставленной цели было проведено анкетирование. Опрос респондентов показал, что более 50% потребителей отдают предпочтение хлебу из смеси муки и ржаному (34 и 24% соответственно). По способу выпечки большинство потребителей отдают предпочтения формовому хлебу (40%). По способу реализации предпочитают в основном упакованный хлеб и штучный (26 и 24% соответственно). Популярностью пользуется и нарезной хлеб (20% опрошенных). По рецептуре предпочитают в основном хлеб традиционный (26%) и улучшенный (22%). Обогащенному хлебу отдают предпочтение 12% опрошенных. В качестве добавок в обогащенном хлебе 36% респондентов хотели бы видеть витаминно-минеральные комплексы, 22% – семена масленичных культур, 16% респондентов – отруби. Хлеб массой 400–600 г. предпочитают 40% опрошенных. Хлеб массой 500–550 и 600–700 г востребован у 24% респондентов. При покупке хлеба критериями выбора являются внешний вид (28%), состав (20%), производитель (20%), цена (16%) и дата изготовления (10%). Предпочтения отдают продукции, вырабатываемой хлебозаводом № 4 г. Гомеля (58%). Недостатками в маркировке хлеба респонденты считают мелкий шрифт (34%) и нечеткую маркировку (34%). Главными недостатками по продаже хлеба в магазинах ОАОТ «Дабрабыт» отмечены высокая цена (42%) и недостаточно широкий ассортимент (32%).

На выбор хлеба больше всего оказывает влияние социальный статус, а возраст и пол потребителей практически не влияет на выбор хлеба.

Была проведена оценка удовлетворенности потребителей хлеба. В качестве потребителей рассмотрели покупателей магазинов ОАОТ «Дабрабыт». Объектом оценки явилось качество хлеба. Результаты оценки представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Итоговая балльная оценка удовлетворенности потребителей

Социальный статус	Итоговая балльная оценка удовлетворенности потребителей	Максимально возможные баллы итоговой балльной оценки	Минимально возможные баллы итоговой балльной оценки	Степень удовлетворенности
Студент	17,82	23	5	Полная
Рабочий	22,72	29	6	То же
Служащий	18,64	26	5	То же
Пенсионер	20,73	28	6	То же

Были разработаны критерии принятия решений об удовлетворенности потребителей (таблица 2).

Таблица 2 – Критерии принятия решений об удовлетворенности потребителей

Степень удовлетворенности	Критерии об удовлетворенности			
	для студентов	для рабочих	для служащих	для пенсионеров
Высокая	20–23	24–29	20–26	23–28
Полная	15–20	18–24	15–20	17–23
Средняя	10–15	12–18	10–15	11–17

Низкая	5-10	6-12	5-10	6-11
--------	------	------	------	------

В результате выявлено, что потребители имеют полную удовлетворенность. Таким образом, ассортимент хлеба, реализуемый ОАОТ «Дабрабыт», можно считать рациональным, он сформирован с учетом потребностей покупателей и полностью удовлетворяет потребителей.