



**Маркетинговые исследования
хлебобулочных изделий**

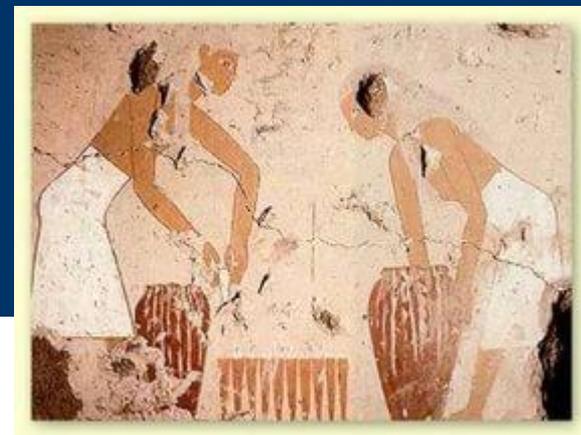
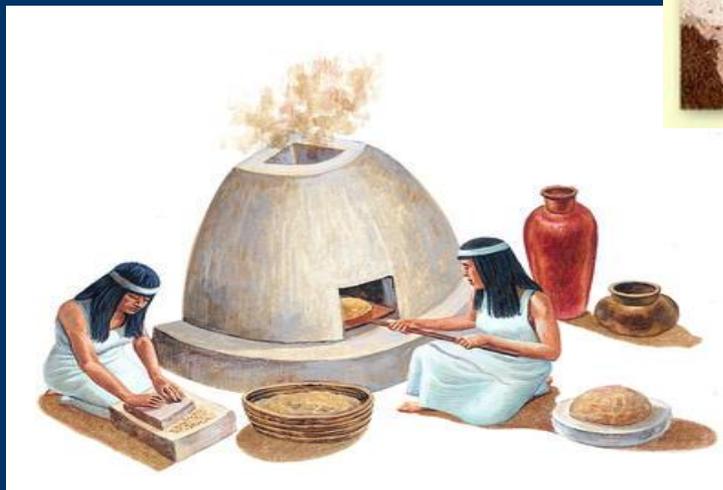
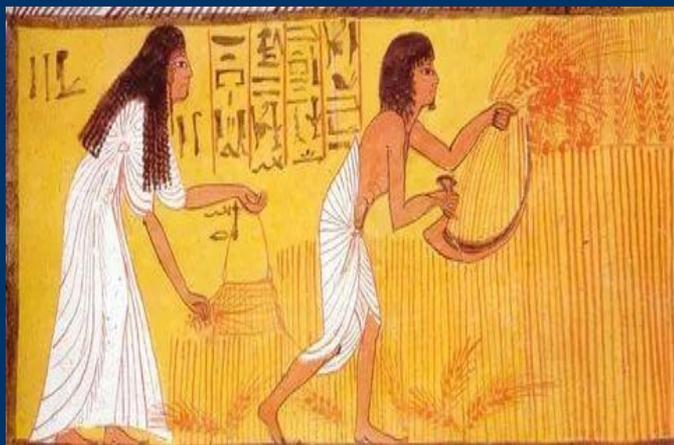
Хлеб — один из старейших приготовляемых продуктов

Хлеб появился на земле свыше пятнадцати тысяч лет назад. В поисках пищи они то и обратили внимание на злаковые растения. Эти злаки являются предками нынешних пшеницы, ржи, овса, ячменя. Долгое время люди употребляли в пищу зерна в сыром виде, затем научились растирать их между камнями, получая крупу, и варить ее. Так появились первые жернова, первая мука, первый хлеб. **Первый хлеб имел вид жидкой каши.** Она и является прародительницей хлеба.



Древнеегипетские хлебопеки готовили разнообразные виды хлеба:

продолговатый, пирамидальный, круглый, в форме плетенок, рыб, сфинксов. На хлебе ставили знаки в виде розы, крестика, знака семьи или рода, на изделиях для детей - в виде петуха, котенка, индюка и др. Выпекали сладкие хлебцы, в состав которых входили мед, жир, молоко, ценились они дороже, чем обычный хлеб.



В Греции и Риме хлеб считался деликатесом

Римская знать предпочитала белый пшеничный хлеб с добавлением молока, яиц и сливочного масла. В тесто добавляли сыр, лук, мак, мёд, орехи и множество других добавок. Люди среднего достатка ели хлеб из овсяной, ячменной, ржаной и просяной муки. Беднякам приходилось использовать муку из желудей. Во все времена хлеб высоко ценился и почитался человеком. Он был поставлен в один ряд с золотом и солнцем.



У каждого народа существует исторически сложившейся ассортимент хлеба:

В Украине очень популярны паляница, арнаут киевский, калач, булочки дарницкие, рогалики закарпатские. На территории России издавна большим спросом пользуются калачи - уральский, саратовский и другие, хлеб московский, ленинградский, орловский, ставропольский из ржаной, ржано-пшеничной и пшеничной муки. В центральной части и северо-западных районах предпочитают ржаной и пшеничных хлеб, в восточных, южных и юго-западных - в основном пшеничный.



Результаты маркетинговых исследований

Маркетинговые исследования — это мероприятия, имеющие конкретную цель, которая заключается в решении той или иной проблемы. Целью данного исследования является выявление спроса на хлебобулочные изделия и хлеб. В анкете были представлены следующие хлебопекарные предприятия: ЗАО «Хлебозавод №3», ООО «Хлеб Хмельницкого», МКС и Любимая шоколадница



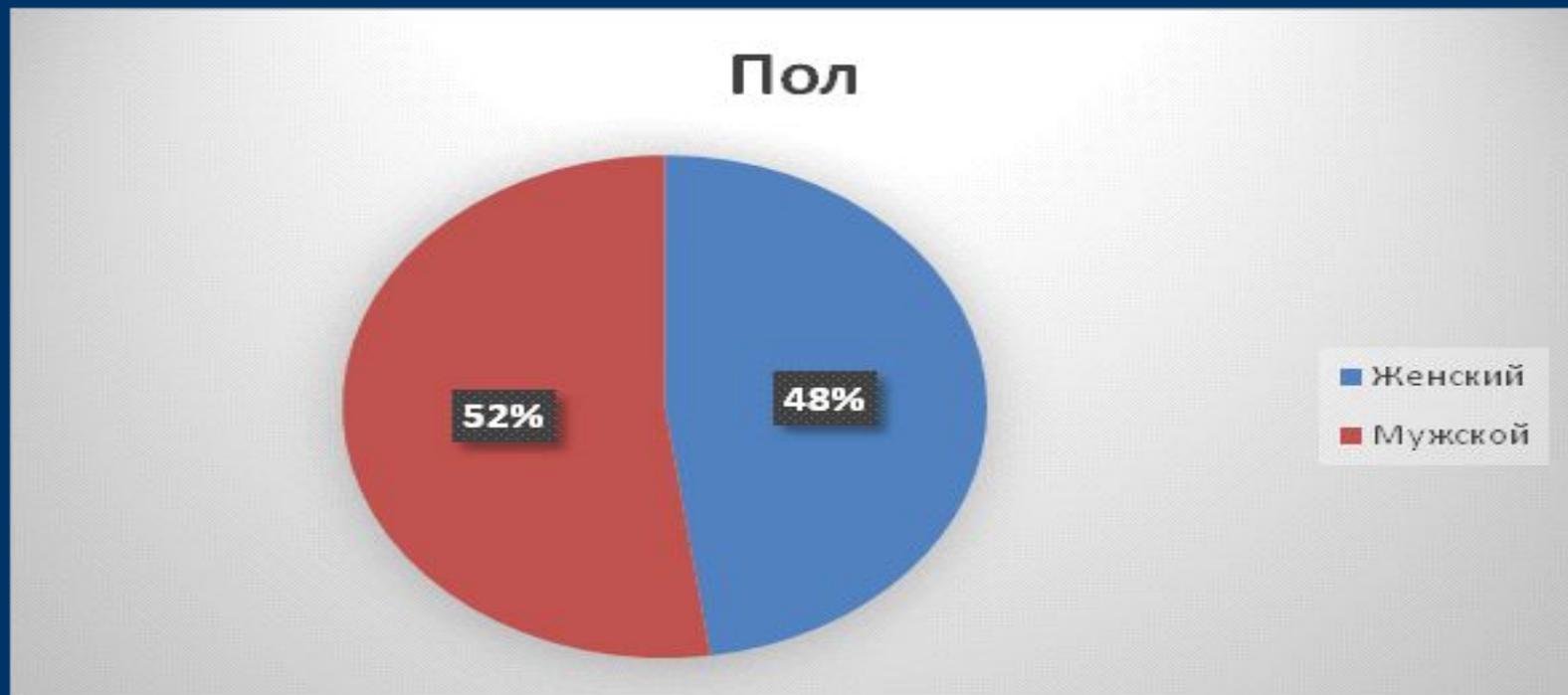
Возрастная категория респондентов

Наибольшее количество опрошиваемых пользуются услугами хлебобулочных магазинов в возрасте старше 30 лет, то есть 44% респондентов, в то время, как люди в возрасте 18-25 лет меньше всего нуждаются в данных услугах, они составляют 11% от общего количества опрошенных. Данные представлены в виде диаграммы:



Соотношение пола

Диаграмма показывает, что большей частью покупателей на рынке хлебобулочных изделий являются мужчины, они составляют 52% от общего числа опрошенных, в то время, как представительниц прекрасного пола немного меньше – 48%.



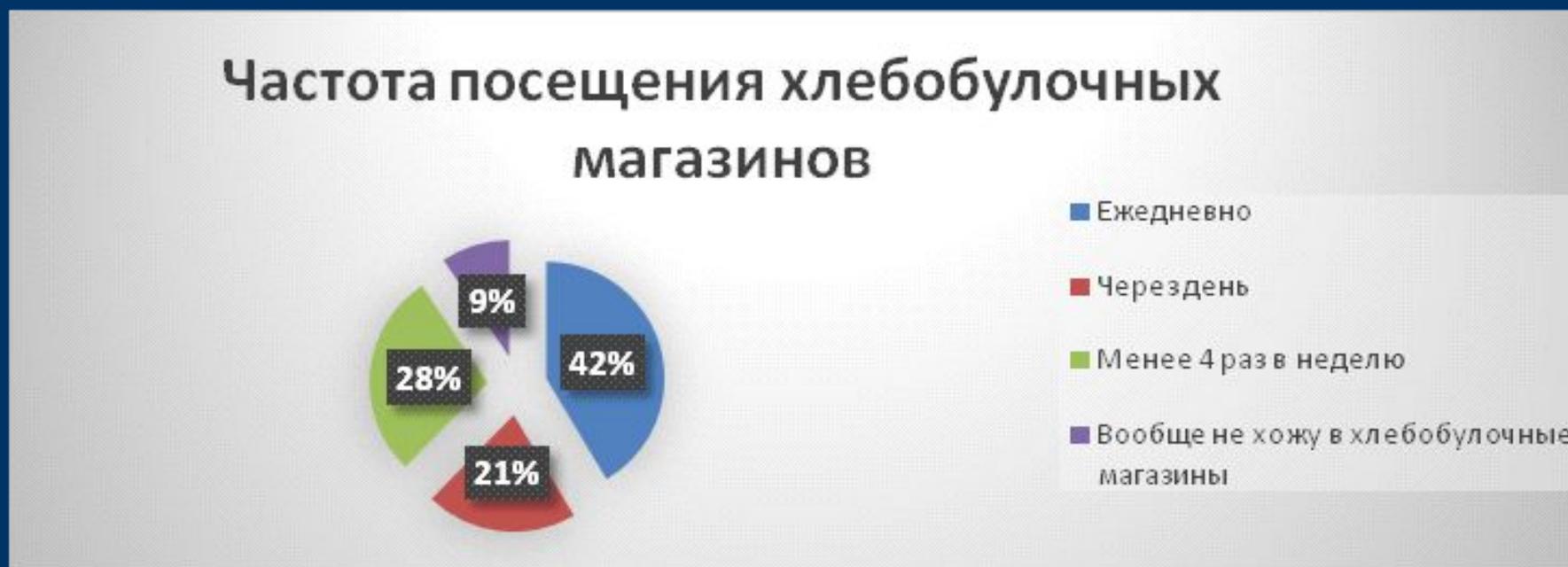
Уровень образования респондентов

Наибольшее число покупателей хлебобулочных изделий имеют высшее образование – 53%, вторую позицию занимают респонденты со средним образованием, она составляет 28%, наименьшую долю потребителей составляют люди с неполным высшим образованием 8%. Результаты показаны на диаграмме:



Частота посещения респондентов хлебобулочных магазинов

Ежедневно хлебобулочные магазины посещает 42% опрошенных, 21% предпочитает ходить через день, 28% посещают их менее 4 раз в неделю и всего лишь 9% от общего числа потребителей вообще не ходят в хлебобулочные магазины.



Хлебопекарные предприятия

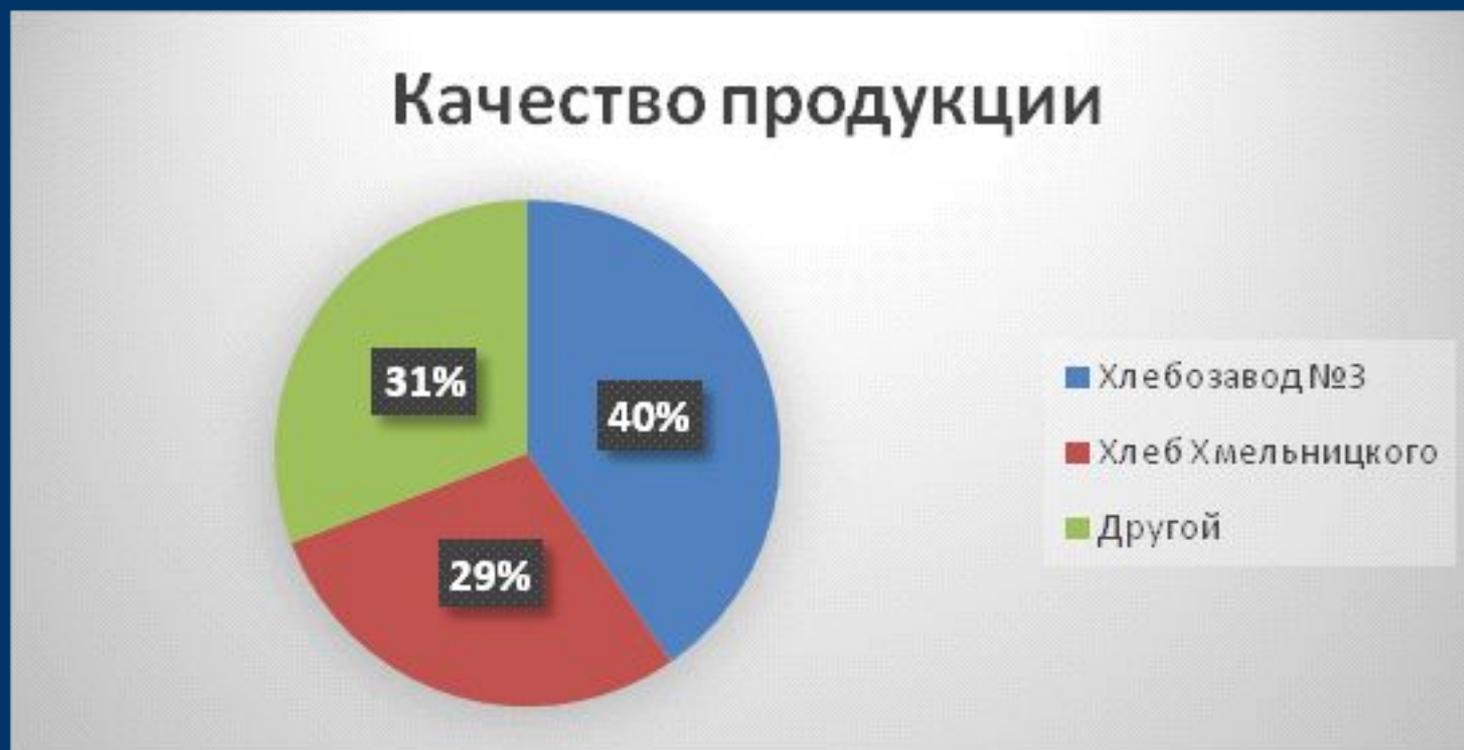
Наибольшее число респондентов для покупки хлеба и прочих хлебобулочных изделий выбирают продукцию ЗАО «Хлебозавод №3» – 38%. Чуть меньше потребителей отдают предпочтение ООО «Хлеб Хмельницкого» - 29%. 27% потребителей выбирают других производителей, таких как «МКС», «Любимая Шоколадница». И всего 6% респондентов хлебу покупному предпочитают хлеб домашний, поэтому выпекают его дома собственноручно.

Частота посещения хлебобулочных магазинов



Качество продукции хлебобулочных изделий

Наибольшее количество опрошенных считают наиболее качественной продукцию ЗАО «Хлебозавод №3» - 40%. Меньше всего голосов по качеству изделий потребители отдают за ООО «Хлеб Хмельницкого» - 29%. Продукцию других предприятий респонденты считают качественней, нежели хлебобулочные изделия, которые предлагают магазины «Хлеб Хмельницкого». За качество продукции других предприятий проголосовало 31% опрошиваемых.



Ценовая категория изделий

Основная масса опрошенных - 45%, считают цены на изделия ЗАО «Хлебозавод №3» наиболее доступными, нежели цены, установленные на продукцию ООО «Хлеб Хмельницкого» - 24%. 31% потребителей считают цены других предприятий наиболее приемлемыми, относительно ООО «Хлеб Хмельницкого».



Качество обслуживания

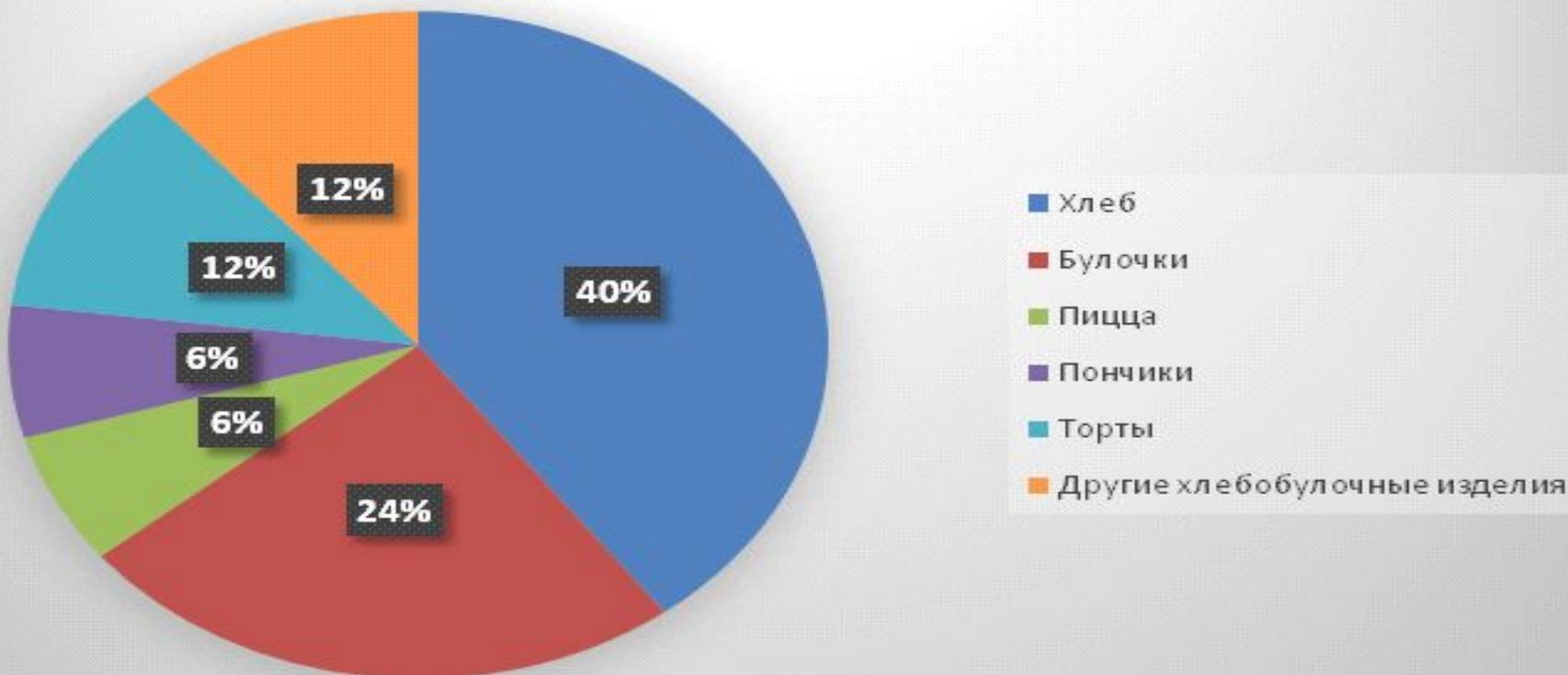
Опрашиваемым нравится качество обслуживания ЗАО «Хлебозавод №3», за него проголосовали 39% респондентов. Чуть меньше голосов отдали за ООО «Хлеб Хмельницкого» - 31%. Качество обслуживания других хлебобулочных магазинов привлекает 30% опрашиваемых.



Соотношение спроса на хлебобулочные изделия

Чаще всего в хлебобулочных магазинах люди покупают хлеб – 40%, 24% респондентов приобретают там булочки, в равном количестве – 12% - опрашиваемые покупают торты и другие хлебобулочные изделия, и так же в равном количестве – 6% - покупателей приобретают пончики и пиццу.

Спрос на продукцию



Заключение

- Таким образом, проведенные исследования показывают, что ЗАО «Хлебозавод №3» является наиболее популярным предприятием по производству хлебобулочных изделий, так как высокое качество продукции, наиболее доступные цены нежели цены, установленные на продукцию ООО «Хлеб Хмельницкого» и качество обслуживания лучше чем на других предприятиях.



ЗАО "Хлебозавод №3"

основан в 1963 году