

УДК 339.1:664.66.047

**СПРОС И ПРЕДЛОЖЕНИЕ СУХАРЕЙ СДОБНЫХ НА  
ПОТРЕБИТЕЛЬСКОМ РЫНКЕ  
ГОРОДА МИЧУРИНСКА**

**Ольга Михайловна Блинникова**

кандидат технических наук, заведующий кафедрой

[o.blinnikova@yandex.ru](mailto:o.blinnikova@yandex.ru)

**Ирина Михайловна Новикова**

кандидат технических наук, старший преподаватель

[tditv2012@yandex.ru](mailto:tditv2012@yandex.ru)

Мичуринский государственный аграрный университет

г. Мичуринск, Россия

**Аннотация.** В статье рассматриваются маркетинговые исследования в отношении сдобных сухарей, реализуемых на потребительском рынке города Мичуринска

**Ключевые слова:** ассортимент и производство сдобных сухарей, маркетинговые исследования.

Широким потребительским спросом у населения России пользуются хлебобулочные и кондитерские изделий. Производители расширяют ассортимент данной категории продукции, улучшают ее качественные характеристики, акцентируя особое внимание на здоровом питании, и с этой позиции добавляют в рецептуры различные растительные добавки богатые биологически активными веществами [1-10].

Сухари относятся к хлебобулочным изделиям, которые по существу являются хлебными «консервами». Сейчас кажется само собой разумеющейся популярность сухаря сдобного среди российского горожанина, однако история именно сдобного сухаря насчитывает немногим более полувека.

Учёные из конструкторско-исследовательского отдела ЦНИИ Министерства хлебобулочной промышленности РФ недавно опубликовали исторический обзор, в котором утверждают, что Сухарь Сдобный родился 14 ноября 1958 года. В этот день был подписан ГОСТ 5646-58 – первое упоминание о сухаре в официальных источниках.

Но специалисты из Усть-Уська Кукуесвкой волости утверждают, что история сухаря простирается до середины XIX столетия, когда на юге России, в оренбургских степях, невиданная доселе жара пришлась на самое начало пасхальной недели, и заготовленные населением пасхальные куличи оказались серьёзно высушенными. После недолго длившегося смятения жителям не осталось ничего иного, как употреблять в пищу получившийся продукт – ведь по традиции освящённый в ходе пасхальной утрени кулич должен быть съеден без остатка.

При исследовании ассортимента сухарей на потребительском рынке г. Мичуринска было установлено, что реализуются сухари следующих производителей: г. Липецка, г. Рязани, г. Тулы, г. Тамбова, г. Москвы.

В процессе исследования был проведён социологический опрос среди 100 потребителей и получены следующие данные:

Большинство опрошенных на вопрос: «Какие сухари Вы покупаете, фасованные или весовые?», отвечали, что фасованные, так как их удобнее покупать, использовать, и в упаковке они меньше ломаются (рис. 1).

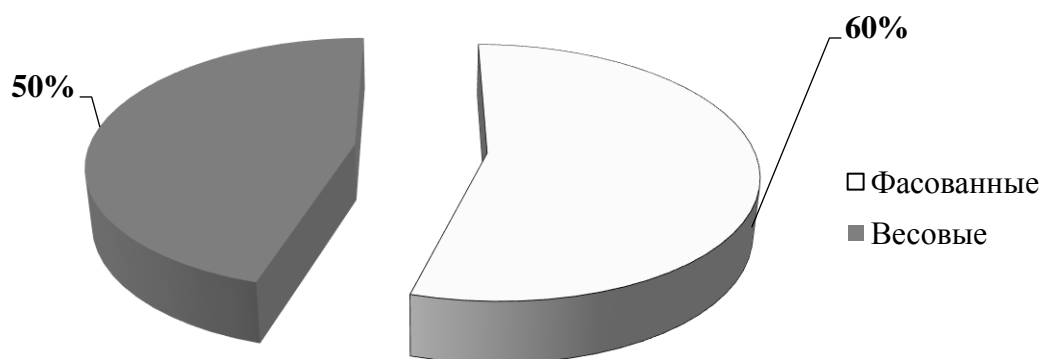


Рисунок 1 – Предпочтение потребителей по упаковке сухарей сдобных

Чаще всего потребители покупают сухари на рынке. Большинство из опрошенных покупают сухари раз в месяц.

Исследования показали, что наибольшее количество потребителей предпочитают Липецкие сухари, т.к. они всегда свежие и качественные (35%). Второе место занимают сухари из г. Рязани (24%), затем – г. Тулы (23%). Наименьшее количество потребителей, предпочитают сухари, произведенные в г. Донском (4%) из-за их низкого качества (рисунок 2).

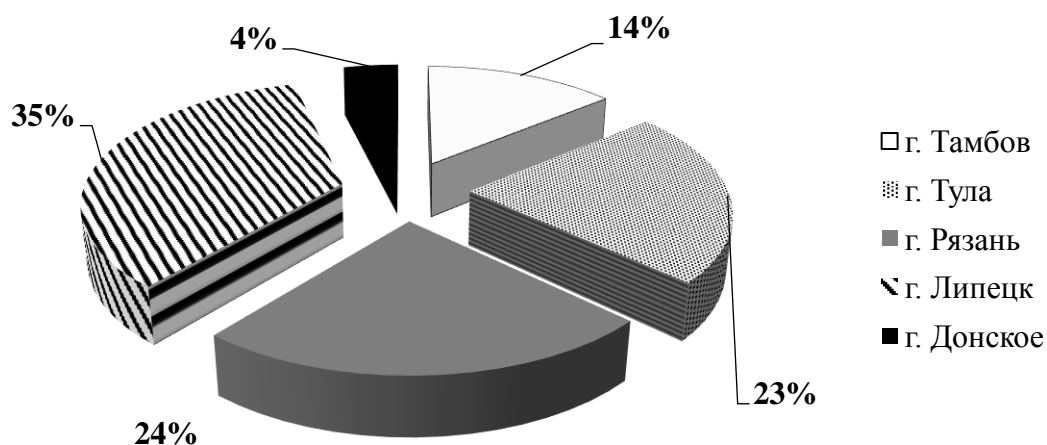


Рисунок 2 – Предпочтение потребителей по производителям сухарей сдобных

Предпочтение потребителей по наименованиям сухарей сдобных представлено на рисунке 3

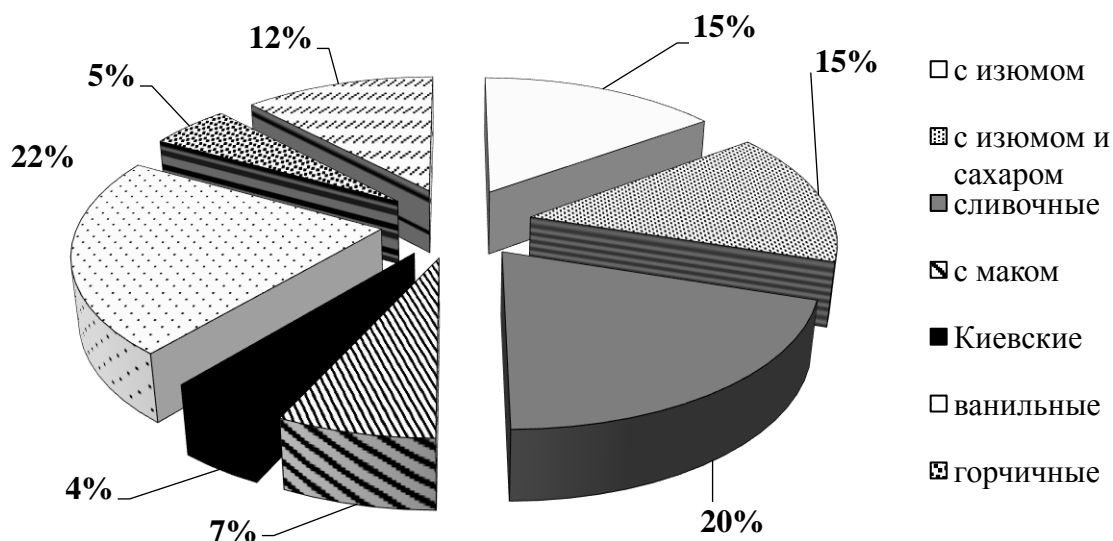


Рисунок 3 – Предпочтение потребителей по наименованиям сухарей сдобных

Маркетинговые исследования показали, что наибольшее предпочтение потребители оказывают «Ванильным» сухарям (22%), затем «Сливочным» (20%). Устойчивым спросом обладают сухари с изюмом и с изюмом и сахаром. Наименьший спрос имеют «Горчичные» (5%) и «Киевские» сухари (4%). Потребитель считает, что сухари «Ванильные» и «Сливочные» имеют более приятный вкус, и их употребляют с чаем.

Нами был рассчитан коэффициент полноты ассортимента сухарей по видам, реализуемых в г. Мичуринске. По Общероссийскому классификатору продукции существуют 26 видов сухарных изделий, т.е. показатель полноты базовый равен 26 ( $P_d = 26$ ).

На потребительском рынке г. Мичуринска реализуются:

- сухари из пшеничной муки высшего сорта (простые весовые, сдобные весовые, простые фасованные, диетические, сдобные фасованные);
- сухари из пшеничной муки первого сорта (простые весовые, сдобные весовые, простые фасованные, диетические, сдобные фасованные);

- хлебцы хрустящие из смеси разных сортов ржаной и пшеничной муки фасованные. Но доля сдобных весовых и фасованных сухарей выше, чем остальных.

Показатель полноты действительный равен 11 (Пд=11).

Следовательно, коэффициент полноты:

$$K_{\Pi} = \frac{P_{\text{Д}}}{P_{\text{Б}}} \times 100\% = \frac{11}{26} \times 100\% = 42\%$$

Расчет показывает, что ассортимент реализуемых сухарей на потребительском рынке г. Мичуринска узок и его необходимо расширить.

Изучив реализацию сухарей на рынке и в магазинах г. Мичуринска, можно отметить, что на открытых рынках сухари реализуются с нарушениями условий реализации. Резкое изменение температуры и влажности внешней среды приводит к ухудшению качественных показателей сухарей. Поглощая влагу воздуха, сухари теряют хрупкость, а небрежная перевозка и укладка их, приводит к увеличению лома. Коробки с сухарями на рынке часто лежат не на поддонах, а прямо на земле. Расфасовывают весовые сухари на рынке в полимерные пакеты очень неаккуратно, при этом сухари ломаются. Необходим более строгий контроль за условиями реализации сухарей на потребительском рынке города.

### **Список литературы:**

1. Блинникова О.М. Витаминная ценность плодов аронии черноплодной // Вестник Мичуринского государственного аграрного университета. 2013. № 2. С. 56-59.

2. Блинникова О.М., Гурова Н.А. Изучение рынка мучных кондитерских изделий // Инновационные технологии в производстве функциональных продуктов питания: материалы Всероссийской научно-практической конференции 16-18 декабря 2014. Мичуринск: Изд-во ООО «БИС». 2014. С. 82-85.

3. Блинникова О.М. Использование сушеных ягод жимолости для обогащения пищевых продуктов // Импортзамещающие технологии и

оборудование для глубокой комплексной переработки сельскохозяйственного сырья: материалы I Всероссийской конференции с международным участием. Тамбов. 2019. С. 375-381.

4. Блинникова О.М., Елисеева Л.Г. Методология обогащения плодов и ягод йодом для обеспечения рационального питания населения // Пищевая промышленность. 2015. № 9. С. 42-44.

5. Блинникова, О.М. Необходимость использования ягод актинидии коломикта в производстве функциональных пищевых продуктов // Вопросы питания. 2016. Т. 85. № S2. С. 181-182.

6. Блинникова О.М., Елисеева Л.Г., Ковешникова Е.Ю. Ягоды актинидии - уникальный источник биологически активных веществ // Пищевая промышленность. 2014. № 6. С. 19-21.

7. Елисеева Л.Г., Блинникова О.М. Плоды аронии черноплодной – источник витаминно-минеральных комплексов // Пищевая промышленность. 2013. № 4. С. 28-29.

8. Елисеева Л.Г., Блинникова О.М., Новикова И.М. Сравнительная характеристика пищевой ценности, функциональной активности и сохраняемости ягод земляники садовой голландских, американских и бельгийских сортов, выращенных в условиях ЦЧР // Товаровед продовольственных товаров. 2013. № 3. С. 5-11.

9. Управление качеством пищевых функциональных ингредиентов: монография / Л.Г. Елисеева [и др.]. – Москва: Изд-во, 2013. 212 с.

10. The influence of composite flour mixtures on *saccharomyces cerevisiae* biotechnological properties and bread quality / E.S. Krasnikova, A.V. Krasnikov, V.A. Babushkin // IOP Conference Series: Earth and Environmental Science. Krasnoyarsk: Krasnoyarsk Science and Technology City Hall of the Russian Union of Scientific and Engineering Associations. 2020. С. 22008.

**UDC 339.1:664.66.047**

**DEMAND AND SUPPLY OF WOOD CRUMBS IN THE CONSUMER  
MARKET CITIES OF MICHURINSK**

**Olga M. Blinnikova**

Candidate of Technical Sciences, Head of the Department

[o.blinnikova@yandex.ru](mailto:o.blinnikova@yandex.ru)

**Irina M. Novikova**

Candidate of Technical Sciences, senior lecturer

[tditv2012@yandex.ru](mailto:tditv2012@yandex.ru)

Michurinsk State Agrarian University

Michurinsk, Russia

**Annotation.** The article discusses marketing research in relation to such crumbs sold in the consumer market of the city of Michurinsk.

**Key words:** assortment and production of such crumbs, marketing research.