

В сборнике: доклады ТСХА. Материалы международной научной конференции. 2018. С. 82-84.

7. Барбосова Е.С. Разработка древовидной диаграммы показателей качества и безопасности молочного шоколада / Е.С. Барбосова, С.В. Купцова // В сборнике: Сборник студенческих научных работ. Выпуск 27. 2020. С. 383-385.

Building a matrix of consumer requirements for milk chocolate

Matsyshina A. O., 4th year undergraduate student, Institute of Technology Russian Timiryazev State Agrarian University - Moscow Timiryazev Agricultural Academy

Kuptsova S.V., Candidate of Technical Sciences, Associate Professor of the Department of Quality Management and Commodity Science of Products Russian Timiryazev State Agrarian University - Moscow Timiryazev Agricultural Academy

Abstract: *The article presents the results of an independent consumer survey after tasting milk chocolate of different brands in order to identify consumer preferences and build a matrix of consumer requirements for milk chocolate.*

Key words: *chocolate, consumer, survey, indicator, preference, need.*

УДК 637.339

РАСЧЕТ И АНАЛИЗ СТРУКТУРЫ ПОКАЗАТЕЛЕЙ АССОРТИМЕНТА МОРОЖЕНОГО

Новикова Полина Павловна, студентка 4 курса технологического института, ФГБОУ ВО «Российский государственный аграрный университет – МСХА имени К.А. Тимирязева», e-mail: praskovei20674@gmail.com.

Купцова Светлана Вячеславовна, к.т.н., доцент, доцент кафедры управления качеством и товароведение продукции ФГБОУ ВО «РГАУ– МСХА имени К.А. Тимирязева», e-mail: skuptsova@rgau-msha.ru.

Гинзбург Марина Александровна, преподаватель кафедры управления качеством и товароведения продукции, ФГБОУ ВО «Российский государственный аграрный университет – МСХА имени К.А. Тимирязева», e-mail: ginsburg@rgau-msha.ru

Аннотация: *В статье проведен обзор рынка мороженого в трех торговых сетях рассмотрена перспектива развития рынка морженого и представлен расчет показателей ассортимента продукта.*

Ключевые слова: *мороженое, ассортимент, коэффициент, товар, показатель.*

На сегодняшний день в РФ функционирует большое количество молокоперерабатывающих предприятий, выпускающих широкую ассортиментную линейку молочных продуктов. Необходимо отметить роль и значение молочных продуктов в рационе человека. Важной проблемой

современного мира является обеспечение населения качественной и полезной едой.

В условиях сложной экономической ситуации становятся актуальными вопросы качества продукции отечественного производства, поскольку качество является основой для удовлетворения потребностей каждого человека и общества в целом, является важной составляющей конкурентоспособности [3,4,5]. С целью улучшения ситуации на рынке продовольственных товаров разработана стратегия, направленная на поддержку развития производства качественных пищевых продуктов, согласно которой к 2030 году Правительство РФ должно разработать и внедрить комплексную систему прослеживаемости качества и безопасности пищевой продукции. Необходимо обеспечить контроль за соблюдением изготовителем обязательных требований к качеству пищевой продукции.

На сегодняшний день перед потребителем открывается широкий выбор всевозможных товаров. Среди которых мороженое занимает свой сегмент рынка. И перед производителем стоит задача, как привлечь покупателей и какие новые решения предложить для увеличения объемов продаж продукта рисунок 1.

На первом этапе исследований проведён обзор рынка шоколада в магазинах: ООО Агроторг Пятерочка, ООО "ФИКС ПРАЙС", АО "Торговый Дом "Перекресток".

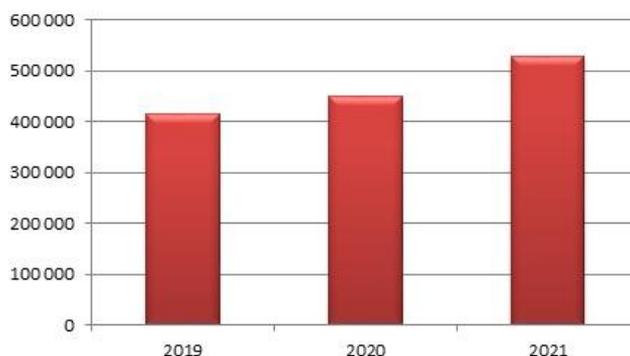


Рисунок 1. Динамика производства мороженого в России в 2019 – 2021 гг., т. согласно Росстат

Анализ ассортимента проведен с использованием методики расчета по таким показателям, как: полнота ассортимента, глубина, новизна, устойчивость и рациональность таблица 1[1].

Таблица 1

Основные показатели при расчете ассортимента продукта

№ п/п	Наименование показателя	Характеристика
1.	Полнота ассортимента	Коэффициент глубины – это отношение действительной глубины к базовой.
2.	Глубина	Глубина ассортимента определяется числом разновидностей товаров по каждому наименованию.
3.	Новизна	Новизна характеризуется действительным обновлением -

		количеством новых товаров в общем перечне (Н) и степенью обновления (Кн), которая выражается через отношение количества новых товаров к общему количеству наименований товаров.
4.	Устойчивость	Коэффициент устойчивости (Ку) - отношение количества видов, разновидностей и наименований, товаров, пользующихся устойчивым спросом у потребителей (У), к общему количеству видов, разновидностей и наименований товаров тех же однородных групп (Пб).
5.	Рациональность	Коэффициент рациональности - средневзвешенное значение показателя рациональности с учетом реальных значений показателей широты, полноты, устойчивости и новизны, помноженные на соответствующие коэффициенты весомости.

Расчет показателей ассортимента мороженого в торговых сетях, представлен в таблице 2.

Таблица 2

Результаты расчёта ассортимента мороженого в торговых сетях

Торговая сеть	Показатели				
	Полнота ассортимента	Глубина ассортимента	Устойчивость ассортимента	Новизна	Коэффициент рациональности
Пятерочка	47,76%	48,28%	50%	28,13%	11,14%
Fix price	25,37%	24,14%	83,35%	11,76%	9,98%
Перекресток	40,3%	51,72%	48,15%	33,33%	10,6%

Проанализировав полученные значения, можно сделать вывод о том, что самым низким коэффициентом полноты обладает торговая сеть «Fix Price» (25,37%).

Расчёт коэффициента глубины позволил выявить следующее, что видовой ассортимент мороженого обладает недостаточной глубиной в торговой сети «Fix Price» (24,14%), поэтому рекомендуется его увеличить.

Коэффициент устойчивости показал, что мороженое в торговой сети «Перекресток» обладает малой устойчивостью (48,15%). Для данной категории товаров это допустим. Мороженое не пользуется постоянным спросом, так как обладает сезонностью, так же магазин активно обновляет ассортимент мороженого (можно увидеть из расчётов), что позволяет привлечь большое количество покупателей.

Расчёт коэффициента новизны принимает значения 11,76% в торговой сети «Fix Price». Следует увеличить количество новых видов и наименований мороженого.

По данным расчета видно, что наибольший коэффициент рациональности имеет торговая сеть «Пятёрочка» 11,14%, что говорит о самом рациональном ассортименте мороженого из трех исследуемых магазинов.

Полученные данные расчетов позволили предположить, что необходимо совершенствовать ассортимент.

Для устранения возникающих недостатков в процессе реализации мороженого и наиболее полного удовлетворения покупательского спроса

необходимо постоянно совершенствовать работу, как предприятий изготовителей, так и магазинов, по продвижению мороженого на рынке [2].

В связи с изменениями экономической и внешней политики в стране необходимо иметь производственные и хозяйственные предприятия, оперативно реагирующие на изменения структуры рынка мороженого и потребительских предпочтений к продукции. В связи с этим необходимо правильно выбрать продуктовую линейку торговой компании [6,7]. Важную роль играют требования потребителя к качеству продукции, его предпочтения и ожидания, определение показателей качества и безопасности, создание комплексных количественных методов оценки, введение численных значений показателей качества, которыми должен обладать продукт для удовлетворения предполагаемых ожиданий потребителя.

Библиографический список

1. Николаева М.А. Товароведение потребительских товаров: Учебник / М.А. Николаева. - М.: Норма, 2017.- 280 с.

2. Дунченко Н.И. Современные методы исследования показателей качества сельскохозяйственного сырья и продовольствия: Практикум/ Н. И. Дунченко, Е. С. Волошина, С. В. Купцова, К. В. Михайлова. – Москва: Издательство Франтера, 2020. – 78 с. – ISBN 978-5-94009-171-4

3. Дунченко, Н.И. Безопасность и качество пищевых продуктов: монография / Н.И. Дунченко, С.В. Купцова, А.Л. Шегай, С.В. Денисов. – Иркутск, 2018. – 135 с. – ISBN 978-5-905624-70-4

4. Гинзбург М.А. Идентификация как один из элементов в обеспечении качества и безопасности пищевых продуктов/ М.А. Гинзбург, С.В. Купцова// В сборнике: доклады ТСХА. Материалы международной научной конференции. 2018. С. 82-84.

5. Рогов И.А. Безопасность продовольственного сырья и пищевых продуктов

И.А. Рогов, Н.И. Дунченко, В.М. Позняковский, А.В. Бердутина, С.В. Купцова Новосибирск, 2007.

6. Слободян А.В. Исследование предпочтений потребителей с целью разработки мороженого функционального назначения/ А.В. Слободян // В сборнике: Студент года 2022. Сборник статей Международного учебно-исследовательского конкурса. Петрозаводск, 2022. С. 139-144.

7. Купцова С.В. Определение результативности процесса производства молочного мороженого/ С.В. Купцова // В сборнике: Безопасность и качество сельскохозяйственного сырья и продовольствия. управление «зелёными» навыками в пищевой промышленности. Материалы IV Международной научно-практической конференции, посвященной 20-летию кафедры «Управление качеством и товароведение продукции». Проводится в рамках реализации международной программы SUSDEV. 2020. С. 187-191.

Calculation and analysis of the structure of assortment indicators ice cream

Novikova P. P., 4th year undergraduate student, Institute of Technology Russian Timiryazev State Agrarian University - Moscow Timiryazev Agricultural Academy

Kuptsova S.V., Candidate of Technical Sciences, Associate Professor of the Department of Quality Management and Commodity Science of Products Russian Timiryazev State Agrarian University - Moscow Timiryazev Agricultural Academy

Ginzburg M. A., Lecturer of the Department of Quality Management and Commodity Science of Products, Russian State Agrarian University – Moscow Agricultural Academy named after K.A. Timiryazev

Abstract: *The article provides an overview of the ice cream market in three retail chains, examines the prospects for the development of the frozen market and presents the calculation of the product assortment indicators.*

Key words: *ice cream, assortment, coefficient, product, indicator.*

УДК 637.142

АНАЛИЗ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ПРЕДПОЧТЕНИЙ ПРИ ВЫБОРЕ ТВОРОЖНЫХ СЫРКОВ

Щербатюк Мария Дмитриевна, студентка 4 курса (ДТ-407) технологического института, ФГБОУ ВО «Российский государственный аграрный университет – МСХА имени К.А. Тимирязева», e-mail: sherbatuk.mari@mail.ru

Купцова Светлана Вячеславовна, к.т.н., доцент, доцент кафедры управления качеством и товароведение продукции ФГБОУ ВО «РГАУ– МСХА имени К.А. Тимирязева», e-mail: skuptsova@rgau-msha.ru

Аннотация: *В статье представлены результаты опроса потребителей, глазированных творожных сырков разных марок с целью выявления потребительских предпочтений для расширения ассортимента продукта.*

Ключевые слова: *творожные сырки, потребитель, опрос, показатель, потребитель, ассортимент.*

На сегодняшний день обеспечение конкурентоспособности молочной продукции является актуальной задачей для отечественных молокоперерабатывающих предприятий, которые вынуждены конкурировать не только с зарубежными производителями, имеющими богатый опыт и финансовые ресурсы, но и между собой. Для того, чтобы предприятию закрепить свои позиции на рынке среди множества конкурентов, выпускаемый продукт должен обладать комплексом потребительских характеристик, которые позволят расширить ассортимент, в частности за счет использования натуральных растительных ингредиентов, а также быть качественными и безопасными [1,2,6].