

*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](mailto: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](mailto: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].

Творог является традиционным белковым кисломолочным продуктом, который обладает высокими пищевыми свойствами. Пастеризованное цельное или обезжиренное молоко сквашивают, затем из полученного сгустка части сыворотки вырабатывают творог. В состав творога входят жиры 2,4 – 2,8%, белки 14 – 17%, и молочные сахара 2,4 – 2,8%. Также в твороге содержится кальций, фосфор, железо, магний. Эти вещества, необходимы для правильного развития организма и роста. Соли фосфора и кальция, частично связаны с белками творога, что способствует отличному перевариванию их в желудке и кишечнике. В связи с этим творог хорошо усваивается организмом.

Молочная промышленность успешно развивается, а вместе с этим ассортимент творожных продуктов значительно расширился. Рост ассортимента вызван повышением потребительского спроса [3,4,7]. В настоящее время выпускается более 60-ти видов творожных продуктов таких как глазированные творожные сырки и творожные массы с добавками, также десерты и творожки.

Глазированные сырки представляют собой сладкую творожную массу, сверху покрытую шоколадной глазурью. Сырьем для глазированных сырков служит творог, произведенный из доброкачественного молока, сливочное масло, сахар, готовая шоколадная глазурь, различные вкусовые и пищевые добавки.

Они имеют высокую энергетическую ценность, что позволяет перекусить на ходу. За счет наличия творога в сырках, этот продукт является полезным. Поэтому данный творожный продукт пользуется популярностью у людей, ведущих здоровый образ жизни, а также детей. Если первая группа, безусловно, предпочитает традиционные ванильные сырки, то среди детей 10-15 лет около 45% - любители сырков со сгущенкой, а около 30% - сырков с различными добавками (мед, кокосовая стружка, орехи и т.д.).

Целью исследования стало проведение опроса среди потребителей глазированных творожных сырков, для которого была выбрана торговая сеть «Перекресток». Опрос проводился в марте-июне 2022 в магазинах г. Москвы. Респонденты были выбраны случайным образом для обеспечения репрезентативности выборки. Опрос прошли 100 человек.

Основная доля респондентов имеет возраст 19 – 25 лет (27,2%) и от 26 – 35 лет (36,9%), результаты представлены на рисунке 1.

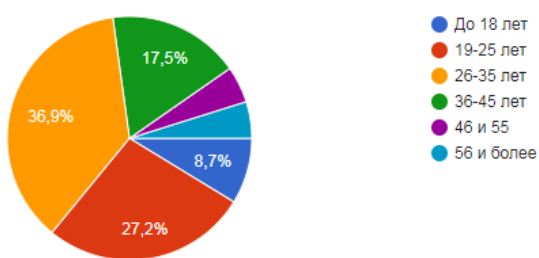


Рисунок 1. Распределение опрошенных респондентов по возрасту, %

Согласно данным рисунка 2 большинство опрошенных респондентов покупают творожные продукты несколько раз в месяц – 59%

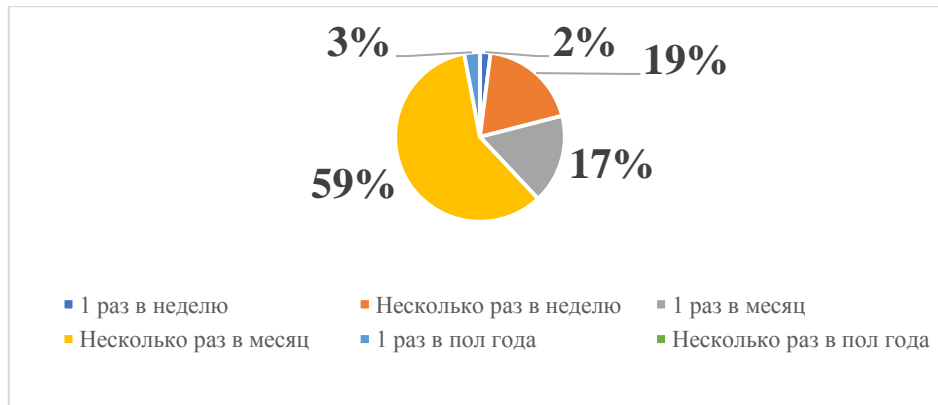


Рисунок 2. Распределение опрошенных респондентов по частоте потребления творожных продуктов, %

На рисунке 3 можно увидеть, что большинство опрошенных респондентов, специалистами среднего звена (39%) и студентами (24%).



Рисунок 3. Распределение опрошенных респондентов по роду занятий, %

При вопросе, на что потребитель обращает внимание при покупке глазированных творожных сырков, большее количество обращают внимание на три показателя: вкус (72%), цена (67%) и наличие начинки (65%) [5]. Меньше всего респонденты обращают внимание на рекламу (6%) и рекомендации знакомых (13%), результаты представлены на рисунке 4.

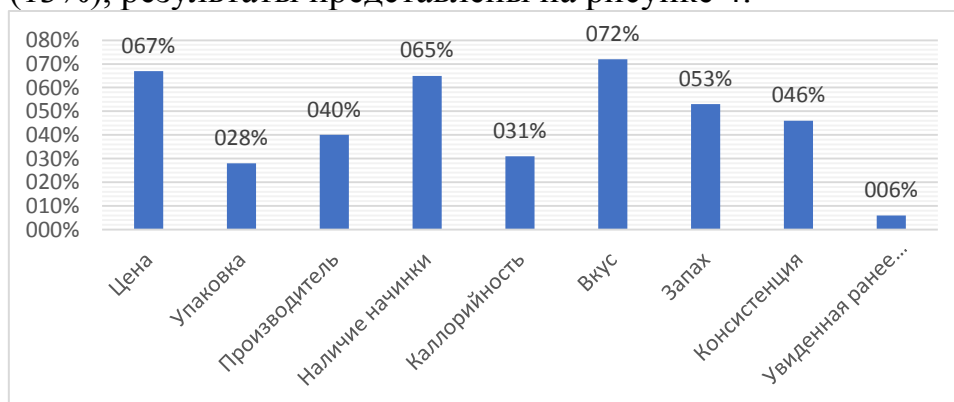


Рисунок 4. Распределение респондентов по выбору критериев при покупке, %

При выборе любимой марки творожных сырков, самыми популярными ответами стали глазированные пищевые сырки марки «Б.Ю. Александров»

(64,1%), меньше всего голосов отдали маркам «Ностальгия» (19,4%), «Савушкин» (18,4%) и «Дмитровский продукт» (1%), результаты представлены на рисунке 5.

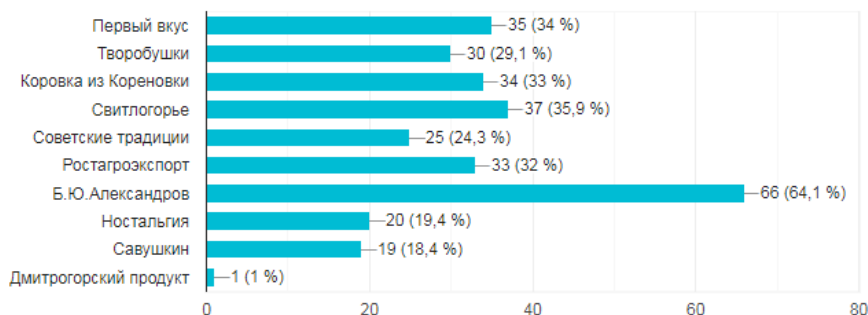


Рисунок 5. Распределение опрошенных респондентов по торговым маркам, %

Из рисунка 6 видно, что большинство респондентов покупают глазированные творожные сырки детям (69%) и к чаю/кофе (62%).

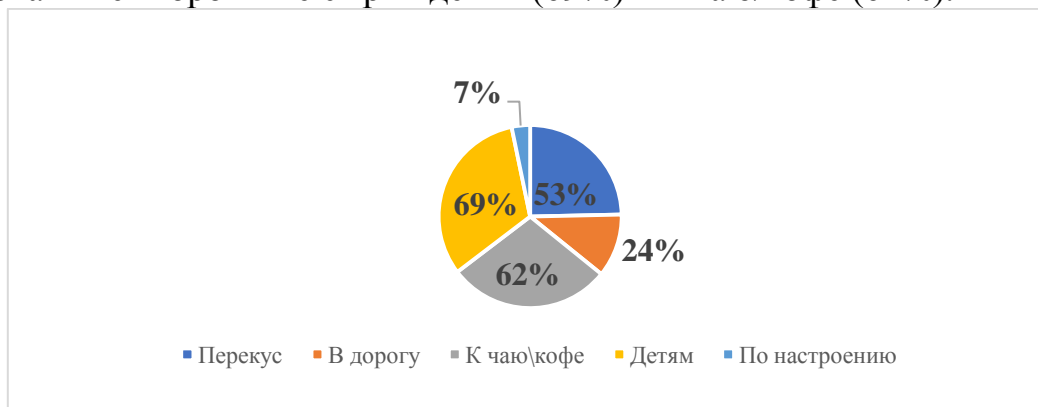


Рисунок 6. Распределение респондентов по причине покупки глазированных творожных сырков, %

Интересно, что почти большинство потребителей покупают новые продукты, после дегустаций (74%), результаты представлены на рисунке 7.

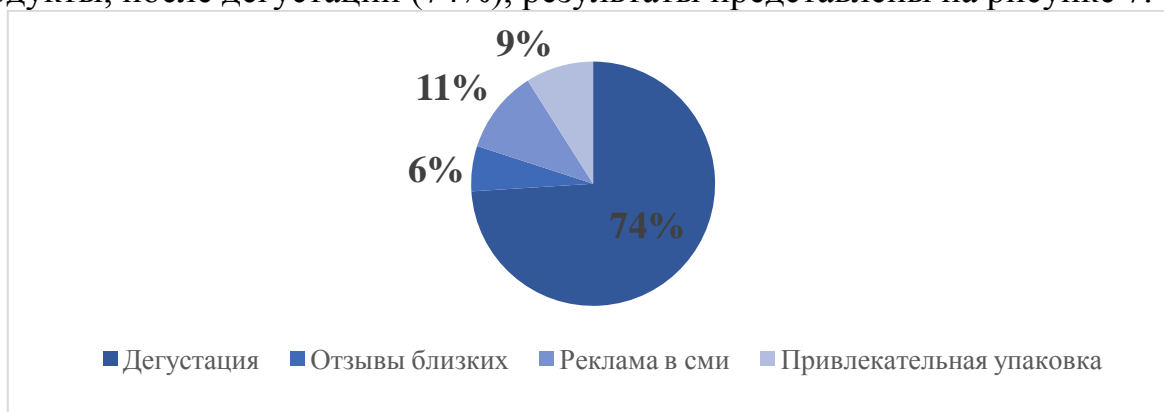


Рисунок 7. Распределение респондентов по причине выбора нового продукта, %

Потребители не готовы покупать новый продукт за 80 и более рублей, цена в 60 – 70 рублей оказалась более приемлемой и набрала 66% голосов, результаты представлены на рисунке 8.

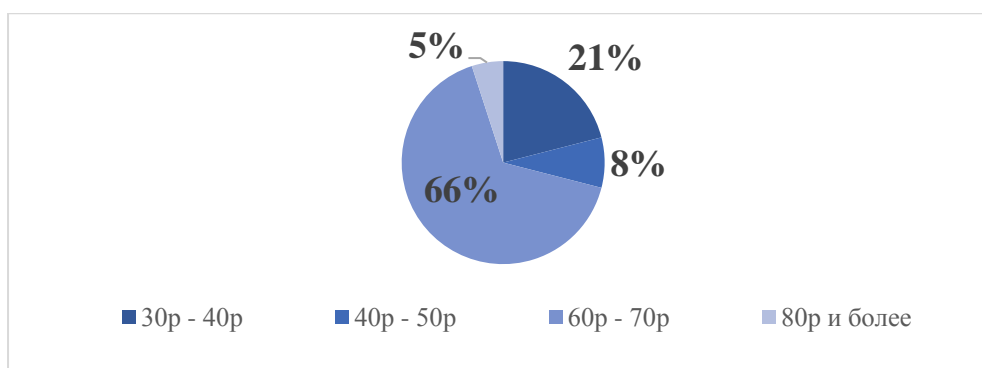


Рисунок 8. Распределение респондентов по цене, за творожный сырок с новым наполнителем массой 50 г., %

Полученные данные говорят о том, что основными целевыми потребителями являются мужчины и женщины в возрасте 26 – 35 лет, которые являются специалистами среднего звена, приобретающие творожные продукты несколько раз в месяц (59%) детям (69%) и к чаю/кофе (62%).

Опрос выявил, что самой частой покупаемой маркой является «Б.Ю. Александров», набравшей большее количество голосов (64,1%). На втором месте расположилась марка «Свитлогорье» (35,9%) и на третьем месте «Первый вкус» (34%). Меньше всего покупатели приобретают творожные сырки марки «Дмитровский продукт» (1%).

Важными критериями, при покупке творожных продуктов являются вкус (72%), цена (67%) и наличие начинки (65%). На эти показатели больше всего обращают внимание респонденты перед тем, как совершить покупку.

Потребитель считает, что цена в 60 – 70 рублей за глазированный творожный сырок массой 50 г с наполнителем – фруктовыми цукатами является приемлемой.

В последние годы рынок глазированных сырков бурно развивается. В настоящее время на рынке определился явный лидер по объемам, тем не менее, между остальными компаниями наблюдается достаточно острая конкуренция. Оценивая плотность рынка глазированных творожных сырков, можно отметить, что он сформирован и заполнен. Производители вынуждены находить новые решения, чтобы удерживать позиции на рынке, где основным является пополнение ассортимента ряда.

### Библиографический список

1. 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
2. Рогов И.А. Безопасность продовольственного сырья и пищевых продуктов/ И.А. Рогов, Н.И. Дунченко, В.М. Позняковский, А.В. Бердугина, С.В. Купцова. Новосибирск, 2007.
3. 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.

4. Дунченко Н.И. Влияние пищевых волокон на структурно-механические свойства творожных десертов/ Н. И. Дунченко, В.А. Агарков, С. В. Купцова, В.В. Прянишников// Известия высших учебных заведений. Пищевая технология. 2001. № 1 (260). С. 29-32.

5. Волошина Е.С. Творожный продукт с функциональными ингредиентами/ Е.С. Волошина, Н.И. Дунченко, С.В. Купцова. - Текст: непосредственный // Сыроделие и маслоделие. 2020. – № 4. – С. 40-42.

6. Купцова С.В. Применение новых инструментов качества для оценки показателей качества продукции // В сборнике: Безопасность и качество сельскохозяйственного сырья и продовольствия. Создание национальной системы управления качеством пищевой продукции. Сборник научных трудов. 2016. С. 241-244.

7. Янковская В.С. Формирование и прогнозирование качества творожных сыров в условиях неопределенности / В.С. Янковская, Н. И. Дунченко, Н. И. Дунченко, Е.С. Волошина, К.В. Михайлова// Сыроделие и маслоделие. 2021. № 6. С. 34-36.

#### **Analysis of consumer preferences when choosing cottage cheese curds**

*Shcherbatyuk M. D., 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 a survey of consumers, glazed cottage cheese curds of different brands in order to identify consumer preferences for expanding the product range.*

**Key words:** *cottage cheese curds, consumer, survey, indicator, consumer, assortment.*

УДК 637.05

#### **СОЦИОЛОГИЧЕСКОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ, ПО ВЫЯВЛЕНИЮ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ПРЕДПОЧТЕНИЙ ЙОГУРТОВ С ФУНКЦИОНАЛЬНЫМИ ИНГРЕДИЕНТАМИ**

*Федотовская Мария Павловна, магистр 2 курса технологического института, ФГБОУ ВО РГАУ-МСХА имени К.А. Тимирязева, [fedotovskaia.mp@yandex.ru](mailto:fedotovskaia.mp@yandex.ru)*

*Дунченко Нина Ивановна, д.т.н., профессор, заведующий кафедрой управления качеством и товароведения продукции ФГБОУ ВО РГАУ-МСХА имени К.А. Тимирязева, [ndunchenko@rgau-msha.ru](mailto:ndunchenko@rgau-msha.ru)*