

3. Дунченко, Н.И. Применение методов квалиметрии в управлении качеством пищевой продукции / Н.И. Дунченко, В.С. Янковская, И.А. Лафишева // Качество и жизнь. – 2018 – № 4 (20) – С. 61-62.

4. Дунченко, Н.И. Квалиметрия: учебное пособие / Н.И. Дунченко, В.С. Янковская / – М.: «Принт24», 2016. – 138 с.

5. Быстренина, И.Е. Информационное обеспечение агропромышленного комплекса / И.Е. Быстренина // Кормопроизводство. – 2015. – № 5. – С. 8-12.

6. Дунченко Н.И. Качество и безопасность молочных продуктов. Н.И. Дунченко, С.В. Купцова, М.С. Капотова, В.Г. Блиадзе // Переработка молока. 2004. – № 5 (55). – С. 6.

7. Технический регламент Таможенного союза ТР ТС 033/2013 «О безопасности молока и молочной продукции» – Утверждён решением комиссии Таможенного союза от 9 декабря 2013 года № 67. – М.: АО «Кодекс», 2013. – 107 с.

Kefir quality design based on the analysis of consumer requirements

Paramonov A.S., student of the Institute of Technology, Russian State Agrarian University – Moscow Agricultural Academy named after K.A. Timiryazev

Abstract: The article presents the results of sociological studies of consumers' opinions about the quality of kefir, a nomenclature of consumer preference indicators has been formed and a matrix of consumer requirements for its quality has been developed.

Key words: kefir, quality design, structuring of the quality function, consumer requirements, sociological survey.

УДК 613.22

ВЫЯВЛЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ПРЕДПОЧТЕНИЙ ПРИ ВЫБОРЕ МЯСНОЙ ПРОДУКЦИИ ДЛЯ ДЕТСКОГО ПИТАНИЯ

Волошина Елена Сергеевна, к.т.н., доц., доцент кафедры управления качеством и товароведения продукции, ФГБОУ ВО Российский государственный аграрный университет – МСХА имени К.А. Тимирязева, e-mail: voloshina@rgau-msha.ru

Одинцова Арина Александровна, преподаватель кафедры управления качеством и товароведения продукции ФГБОУ ВО РГАУ-МСХА имени К.А. Тимирязева, odintsowaarina@rgau-msha.ru

Шубин Сергей Романович, бакалавр технологического института, ФГБОУ ВО РГАУ-МСХА имени К.А. Тимирязева

Аннотация: в работе представлены результаты исследования по выявлению потребительских предпочтений мясной продукции для детского питания, в

опросе приняло участие 110 человек. Получены данные о сегментации рынка и респондентов.

Ключевые слова: *детские мясные продукты, рынок, опрос, показатели качества, потребители, предпочтения.*

Питание оказывает определяющее воздействие на рост, развитие и формирование детского организма. В первые годы жизни в детском организме закладывается структура и совершенствуется функция нервной, костно-мышечной, сердечно-сосудистой, эндокринной и других важных систем [1]. Из-за отсутствия полноценного питания у детей часто наблюдаются заболевания анемией, рахитом, различными формами аллергии [4].

По данным Продовольственной и сельскохозяйственной организации Объединенных Наций, 155 миллионов детей в возрасте до пяти лет имеют замедленный рост или даже задержку развития. Такие новые проблемы, как изменение климата, экологическая устойчивость и стремительные технологические сдвиги ведут к преобразованиям в продовольственной системе и поднимают вопрос о том, как накормить растущее население мира устойчивым образом.

Важность мясного прикорма для детского здоровья определяется, в первую очередь тем, что с этим продуктом поступают необходимые для нормального развития вещества [3,5].

Мясной прикорм обеспечивает детский организм так называемым гемовым железом. С кашами, овощами, фруктами, молоком дети получают негемовое железо, которое значительно хуже усваивается организмом. Процесс усвоения организмом человека негемового железа очень лабилен, и поэтому у не получающих с пищей достаточного количества железа детей может в итоге развиться анемия, то есть уровень эритроцитов и гемоглобина у него будет снижаться. Проявляется это состоянием вялостью и уменьшением активности, плохим аппетитом и недостаточными прибавками массы тела [2].

Входящие в состав мясных продуктов цинк и витамины группы В (В1, В2, В6 и В12) способствуют адекватному развитию детей, усиливают способность сопротивляться различным инфекциям, формируя иммунную защиту.

В ходе исследования для выявления целевого потребителя была разработана анкета, состоящая из 18 вопросов. Опрос проводился среди жителей г. Москвы в 2022 году. Всего было опрошено 110 респондентов для обеспечения репрезентативности и представительности выборки.

Было выявлено, что большую часть опрошенных составляют женщины – 68%, 32% в половом распределении занимают мужчины, по возрастному распределению респондентов лидируют потребители в возрасте от 26 до 30 лет, к чей категории можно отнести молодых матерей. Долю до 20 лет занимают 12% опрошенных, 21-25 лет – 28%, 11% респондентов достигли 36-45 лет, к возрасту от 31 до 35 лет относится 10% от общего числа участников опроса, 5% занимает зрелое поколение – население старше 45 лет.

Респондентам предлагалось выбрать виды продукции для детского питания, которые они приобретают чаще всего. Большим спросом пользуются мясные консервы, их покупают 63% опрошенных, 18% отдают предпочтение готовым консервным мясным изделиям, сосиски приобретают 13% покупателей, вареные колбасы пользуются спросом у 5% респондентов (рис.1).

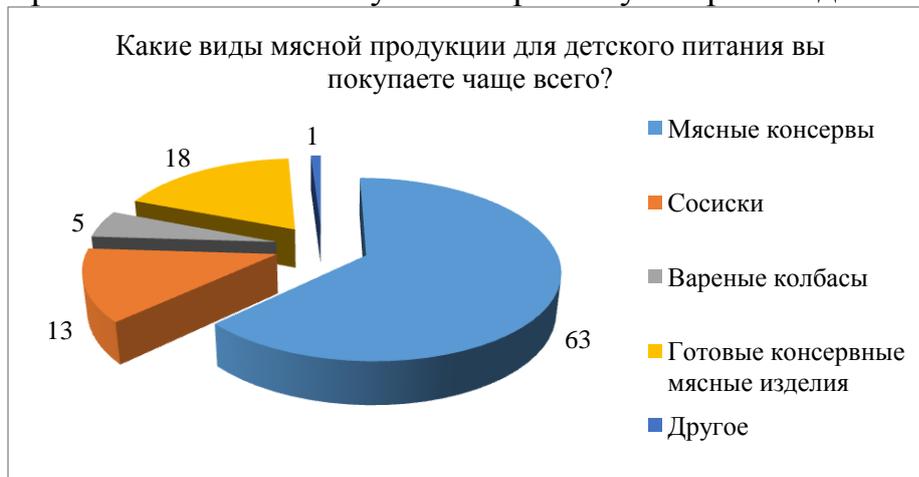


Рисунок 1. Видовое предпочтение мясной продукции

Наиболее частыми мотивами покупки готовых детских мясных консервов является удобство использования и транспортировки – его отметили 39% участников анкетирования, 28% отмечают мотивом покупки использование возможно затраченного времени на иные цели, уверенность в качестве и безопасности продукции, произведенной на заводе – 24 %, 9% упоминают, что приобрести готовый продукт выходит дешевле, чем приготовить его самостоятельно (рис.2).



Рисунок 2. Мотив совершения покупки

Согласно результатам анкетирования, приведенным на рисунке 3, участники опроса чаще всего предпочитают покупать консервы из мяса

индейки – 27%, цыпленок – 23% и говядины – 24%. Меньшим спросом пользуются консервы из мяса кролика – 14% и свинины – 12%.



Рисунок 3 Распределение детских консервов по видам мясного сырья

Было выявлено, 58% респондентов выбирают однокомпонентные детские мясные консервы, 42% чаще покупают консервы многокомпонентные по составу. 64% участников опроса отметили, что уделяют внимание составу продукта и стараются покупать мясные консервы с натуральными ингредиентами, 36% признались, что не обращают внимание на состав детских мясных консервов.

Большей популярностью у покупателей пользуются мясные консервы для детского питания следующих торговых марок: «Фрутоняня» – 17%, «Тёма» – 15%, «Gerber» – 14%, «Агуша» – 13%. Меньшей популярностью пользуются детские мясные консервы торговых марок «Heinz» – 12%, «Нипп» – 10%, и «Бабушкино лукошко» – 7% и «Semper» – 5%. Распределение приведено на рисунке 4



Рисунок 4 Потребительское предпочтение торговых марок детских мясных консервов

Участники опроса определили наиболее предпочтительные места для совершения покупок детских мясных консервов. Популярностью пользуются обычные супермаркеты – их предпочитает 43% покупателей, 28% выбирают производить покупки детских мясных консервов в гипермаркетах, 16% - в специализированных детских магазинах, 10% - в фермерских магазинах, 3% респондентов пользуется услугами интернет-магазинов. (рис.5)



Рисунок 5. Место покупок исследуемой группы товаров

Анализ потребительских предпочтений вида упаковки детских мясных консервов показал, что 73% потребителей считают преимущественной стеклянную банку как вариант упаковочного материала детских мясных консервов, 18% - жестяную банку, 9% отдают предпочтение пакетам «дой-пак» при выборе детских мясных консервов.

Было выявлено, что натуральность продукции важна 13% респондентов, состав решает выбор 12% потребителей, вкус, пищевая ценность, торговая марка и продолжительность сроков годности – 10% анкетированных соответственно. Следующие критерии в меньшей степени оказывают влияние на потребительский выбор продукции: внешний вид – 9%, запах – 8%, стоимость – 7%, цвет – 6%, консистенция – 5%. Данные приведены на рисунке 6.



Рисунок 6. Перечень решающих критериев при выборе детских мясных консервов

В результате проведенного маркетингового исследования было выявлено, что целевым потребителем детских мясных консервов являются женщины в возрасте 26-30 лет, воспитывающие одного ребёнка. Семьи целевых потребителей являются платежеспособными, что определяет их способность покупать качественное питание для детей.

Покупки, в основном, совершаются 2-3 раза в неделю в обычных супермаркетах. Подавляющее число целевых потребителей отдают предпочтение однокомпонентным детским мясным консервам из курятины, индейки и говядины, отмечая удобство консервов в использовании и транспортировке.

Решающими при выборе детских мясных консервов являются критерии натуральности состава продукта, его цена и торговая марка-производитель. Было определено, что целевой потребитель считает необходимым расширять ассортимент и положительно относится к введению в рецептуру детских мясных консервов оливкового масла вместо подсолнечного.

Библиографический список

1. Дунченко, Н. И. Безопасность и гигиена питания : учебное пособие / Н. И. Дунченко, С. В. Купцова, В. С. Янковская. – Москва : Российский государственный аграрный университет - МСХА им. К.А. Тимирязева, 2012. – 153 с. – (Учебники и учебные пособия для студентов высших учебных заведений).

2. Бессонова, Л. П. Научные основы обеспечения качества и безопасности пищевых продуктов / Л. П. Бессонова, Н. И. Дунченко, Л. В. Антипова ; Л. П. Бессонова, Н. И. Дунченко, Л. В. Антипова. – Воронеж : Воронежский государственный аграрный университет им. Императора Петра I, 2008. – 338 с. – ISBN 978-5-7267-0495-1.

3. Дунченко, Н. И. Научное обеспечение управления безопасностью и качеством пищевых продуктов / Н. И. Дунченко // Международная научно-практическая конференция, посвященная памяти Василия Матвеевича Горбатова. – 2016. – № 1. – С. 119-120.

4. Created of an integrated quality system for the production of canned meat for child nutrition / E. S. Voloshina, N. I. Dunchenko, A. A. Odintsova [et al.] // Rural Development 2019 : Proceedings of the 9th International Scientific Conference, Литва, 26–28 сентября 2019 года. – Литва: Vytautas Magnus University, 2019. – P. 89-92.

5. Дунченко, Н. И. Обоснование ингредиентного состава продукта для детского питания на основе мясного сырья / Н. И. Дунченко, А. А. Одинцова, О. Н. Красуля // Пищевые инновации и биотехнологии : Сборник тезисов X Международной научной конференции студентов, аспирантов и молодых ученых, Кемерово, 17 мая 2022 года / Под общей редакцией А.Ю. Просекова. Том 1. – Кемерово: Кемеровский государственный университет, 2022. – С. 224-226.

Identifying consumer preferences when selecting meat products for children's food

Voloshina E.S., Candidate of Technical Sciences, Associate Professor, Department of Quality Management and Commodity Science of Products, Russian Timiryazev

State Agrarian University - Moscow Timiryazev Agricultural Academy, e-mail: voloshina@rgau-msha.ru

Odintsova A. A., teacher of the Department of Quality Management and Commodity Science of Products, Russian Timiryazev State Agrarian University - Moscow Timiryazev Agricultural Academy, odintsowaarina@rgau-msha.ru

Shubin S. R., 1st year students, Institute of Technology, Russian Timiryazev State Agrarian University - Moscow Timiryazev Agricultural Academy

Abstract: the paper presents the results of a study to identify consumer preferences for meat products for baby food, 110 people took part in the survey. Data on segmentation of the market and respondents were obtained.

Key words: children's meat products, market, survey, quality indicators, consumers, preferences.

УДК 637.072

ИЗУЧЕНИЕ И СИСТЕМАТИЗАЦИЯ РИСКОВ ПРИ ПРОИЗВОДСТВЕ ТВОРОЖНОГО СЫРА

Муравьева Ирина Сергеевна, магистр технологического института, ФГБОУ ВО «Российский государственный аграрный университет – МСХА имени К.А. Тимирязева», e-mail: muravievairina2000@gmail.com;

Купцова Светлана Вячеславовна, к.т.н., доц., доцент кафедры управления качеством и товароведения продукции, ФГБОУ ВО «Российский государственный аграрный университет – 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 рассмотрены основные пути возникновения рисков и их систематизация, с помощью диаграммы Исикава были выявлены и структурированы причины, приводящие к возникновению пороков при производстве творожного сыра.

Ключевые слова: технологические риски, безопасность и качество продукции, метод диаграмма Исикавы, пороки, творожный сыр, диаграмма факторов.

При производстве молочной продукции существуют основные точки риска, значимо влияющие на качество и безопасность готового продукта и его хранимо-способность. Первой и основной точкой риска в данной технологической цепочке является молоко-сырье [1].

Наличие соматических клеток в молоке – ведущий показатель, характеризующий его гигиеническую безопасность. В 1 мл молока, полученного от здорового животного, в среднем может содержаться до