

Применение методов квалиметрии в управлении качеством позволяет оценить степень удовлетворенности потребителей качеством продукции, представленной на рынке, и способствует разработке продукции, отвечающей ожиданиям потребителей.

Библиографический список

1. Дунченко Н.И., Янковская В.С. Применение квалиметрического прогнозирования в АПК//Известия ТСХА, 2012. - № 5. – с. 9-17.
2. Дунченко Н.И., Свирина А.А. Управление качеством рубленых мясных полуфабрикатов на базе квалиметрического прогнозирования//Индустрия питания, 2018. – Т 3, № 3. – С. 59-64.
3. Национальный стандарт Российской Федерации ГОСТ Р ИСО 9000-2015«Системы менеджмента качества. Основные положения и словарь». – Стандартинформ, 2015. – 48 с.
4. Дунченко Н.И., Янковская В.С., Лафишева И.А. Применение методов квалиметрии в управлении качеством пищевой продукции//Качество и жизнь, 2018. – № 4. - С.109-113.
5. Федеральный закон от 02.01.2000 N 29-ФЗ (ред. от 13.07.2020) «О качестве и безопасности пищевых продуктов» (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.01.2022)

Analysis of consumer preferences of fish pates

Solovyova S. A., Master of the Institute of Technology of the Russian State Agrarian University named after K.A. Timiryazev, e-mail:solovieva.s.99@mail.ru

Dunchenko N.I. PhD, Head 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 study of consumer preferences of fish pates. Taking into account the results of the conducted research, a tree of consumer quality indicators, a tree of safety indicators, a tree of product quality identification indicators were constructed using qualimetry methods.*

***Key words:** fish pates, consumer preferences, consumer orientation, quality management, quality indicators tree.*

УДК 637.055

ВЫЯВЛЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ПРЕДПОЧТЕНИЙ ПРИ РЕАЛИЗАЦИИ РУБЛЕННЫХ ПОЛУФАБРИКАТОВ ИЗ МЯСА ПТИЦЫ

Тепловодская Ирина Николаевна, студентка технологического института, ФГБОУ ВО «Российский государственный аграрный университет – МСХА имени К.А. Тимирязева», e-mail: irina25.02.2001@yandex.ru

Волошина Елена Сергеевна, к.т.н., доцент кафедры управления качеством и товароведения продукции, ФГБОУ ВО «Российский государственный аграрный университет – МСХА имени К.А. Тимирязева»

Аннотация: в статье представлены результаты проведенного социологического опроса по вопросу выявления покупательских предпочтений в выборе мясных полуфабрикатов на рынке в Липецкой области.

Ключевые слова: социологический опрос, потребитель, мясные полуфабрикаты, продвижение, реализация.

Рынок мяса и мясных продуктов в России – самая крупная отрасль продовольственного рынка. Её роль определяется постоянно увеличивающимися объемами производства, спроса и потребления продуктов из мяса, а также их значимостью как главного источника белка животного происхождения в питании человека.

Мясные полуфабрикаты – это изделия максимально подготовленные для термической обработки, они являются продуктами «высокой степени готовности», имеют наиболее важное значение в рационе питания человека и особенно в современных условиях являются очень востребованными для потребителей [1].

Предпочтения, как правило, являются определяющим фактором, при выборе потребителем того или иного товара. Формируются они под влиянием различных составляющих, таких как: рекламы, формирования имиджа, способов реализации и т. д. Однако, продвижение какого-либо вида продукции, является непростой задачей, поскольку требует четкого понимания того, на кого конкретно нужно воздействовать и что важно для потенциальных покупателей [2,3].

Для этого применяется ряд маркетинговых инструментов, с помощью которых есть возможность изучить своего потребителя. Как правило, необходимо провести социологическое исследование, благодаря которому производитель сможет изучить мнение потребителей, основываясь на результатах исследования [2].

Поэтому, для отслеживания покупательских предпочтений в выборе мясных полуфабрикатов, нами был проведен ряд исследований посредством социологического опроса в виде анкетирования. Анкета включает в себя 15 вопросов. Опрос был проведен в марте-апреле 2022 года. Регион проведения опроса – Липецкая область.

При производстве мясных полуфабрикатов, в первую очередь нужно определиться с видом мяса, из которого полуфабрикат будет изготовлен. С целью выявления предпочтений потребителя в отношении конкретного вида мяса птицы, в анкету был включен такой вопрос «Полуфабрикаты из мяса какого вида птицы Вам больше нравятся?» [4].

Обработав информацию по данному вопросу, было отмечено, что наиболее предпочтительным видом мяса птицы является мясо цыплят-бройлеров (81,1%), так же были получены голоса относительно мяса индейки (18,9%) рис.1.

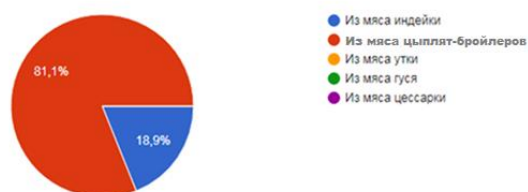


Рисунок 1. Потребительский выбор вида мяса птицы, %

Для исследования конкретного вида полуфабрикатов, респондентам был задан вопрос: «Какие полуфабрикаты из мяса птицы Вы предпочитаете?».

На основе полученных данных можно сделать вывод о том, что наиболее привлекательным видом полуфабрикатов для потребителей являются рубленые полуфабрикаты (59,5%) рис.2.

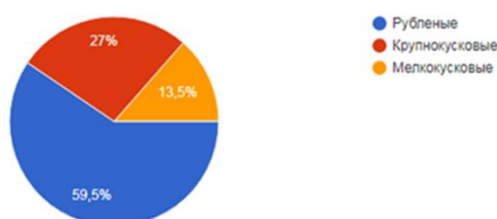


Рисунок 2. Потребительский выбор вида полуфабрикатов, %

Выявить уровень спроса на конкретный вид рубленых полуфабрикаты, удалось при помощи следующего вопроса анкеты: «Какой вид рубленых полуфабрикатов Вам более предпочтителен?». Из данных опроса следует, что наибольшее количество респондентов предпочитают приобретать в первую очередь котлеты (70,3%), далее нагетсы (45,9%), шницель (37,8%) рис.3.

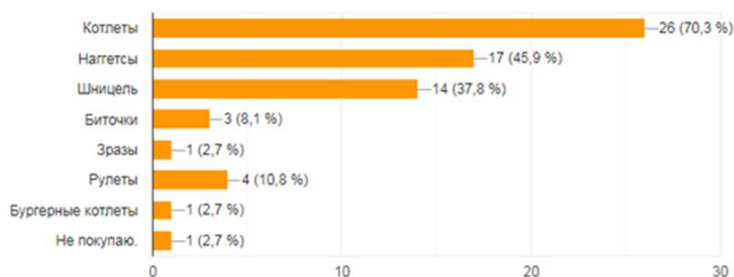


Рисунок 3. Распределение опрошенных покупателей по предпочтениям вида рубленых полуфабрикатов, %

Выявить предпочтения покупателей относительно конкретного вида рубленых полуфабрикатов, удалось с помощью следующего вопроса «Какой

конкретный вид рубленых полуфабрикатов для Вас наиболее предпочтителен?»
рис.4.

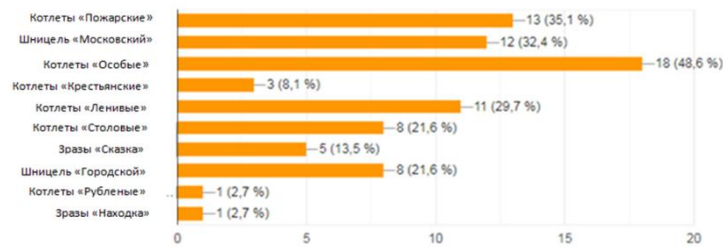


Рисунок 4. Распределение опрошенных покупателей по предпочтениям конкретного вида рубленых полуфабрикатов, %

По результатам графика можно сделать заключение о том, что наиболее предпочтительный вид рубленых полуфабрикатов – котлеты «Особые» – 48,6%. Далее процентное соотношение распределено следующим образом: котлеты «Пожарские» – 35,1%; шницель «Московский» – 32,4%; котлеты «Ленивые» – 29,7%; котлеты «Столовые» – 21,6%; шницель «Городской» – 21,6%; зразы «Сказка» – 13,5%. Далее были исследованы факторы, которые определяют предпочтения потребителей мясных полуфабрикатов. Факторы выбора были приведены в вопросе анкеты «Что для Вас важно при покупке данного продукта?» рис.5.

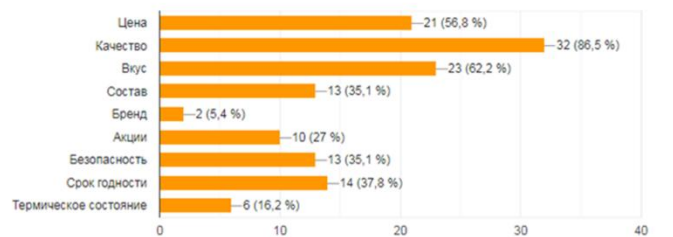


Рисунок 5. Распределение опрошенных покупателей по критериям оценки, %

Выявленные данные свидетельствуют о том, что большая часть респондентов выбрала факторы: качество, вкус и ценовая категория. Следовательно, для покупателей данные факторы являются наиболее важными, и они опираются на них при покупке рубленых полуфабрикатов из мяса птицы.

Узнать частоту приобретения рубленых полуфабрикатов из мяса птицы позволил вопрос анкеты: «Как часто Вы покупаете полуфабрикаты из мяса птицы?» рис.6.

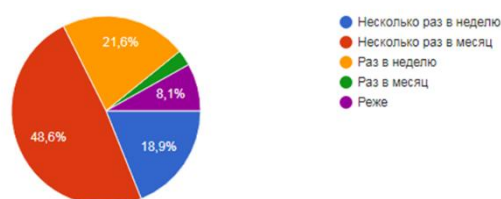


Рисунок 6. Распределение респондентов по частоте приобретения продукции, %

По результатам анкеты было выявлено, что большинство респондентов, а это – 48,6%, приобретают данный вид продукции несколько раз в месяц, 21,6% – раз в неделю и 18,9% – несколько раз в неделю. Это говорит о том, что данная продукция является довольно востребованной у потребителей и является достаточно доступным продуктом питания.

Изучить основные места приобретения мясных полуфабрикатов позволил следующий вопрос: «Где вы обычно покупаете данный продукт?» рис.7.

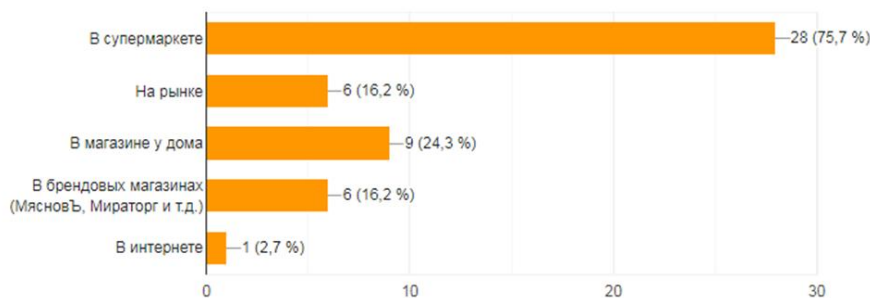


Рисунок 7. Распределение респондентов относительно места покупки продукта, %

Обработав результаты по данному вопросу, можно сделать вывод о том, что наибольшее количество покупок совершается в супермаркетах (75,7%), в магазине у дома (24,3%), в брендовых магазинах (16,2%), на рынке (16,2%), а так же данную продукцию покупают в Интернете (2,7%).

В итоге, по результатам данного социологического исследования, можно сделать следующие выводы том, что наиболее популярным видом мяса птицы является мясо цыплят-бройлеров, а наиболее привлекательным видом полуфабрикатов для потребителей являются рубленые полуфабрикаты, а именно котлеты «Особые» из мяса цыплят-бройлеров. Так же при выборе мясных полуфабрикатов решающими факторами является качество, вкус и ценовая категория. Данный вид продукции довольно часто приобретается покупателями, а точнее несколько раз в месяц; основным местом приобретения мясных полуфабрикатов являются супермаркеты и брендовые магазины.

Библиографический список

1. Моделирование качества мясной продукции / А. Б. Лисицын, М. А. Никитина, А. Н. Захаров [и др.] // Пищевая промышленность. – 2016. – № 10. – С. 50-54.
2. Волошина, Е. С. Анализ рынка мясных полуфабрикатов / Е. С. Волошина, Г. С. Перадзе, В. Э. Скляр // Продовольственная безопасность: научное, кадровое и информационное обеспечение : Сборник научных статей и докладов V Международной научно-практической конференции, Воронеж, 23 ноября 2018 года / Воронежский государственный университет инженерных технологий. – Воронеж: РИТМ, 2018. – С. 162-165.
3. Управление качеством рубленых мясных полуфабрикатов на базе квалиметрического прогнозирования / Н. И. Дунченко, А. А. Свинина, А. А. Одинцова, Е. С. Волошина // XII международный форум-выставка "Росбиотех-

2018" : Сборник тезисов выступлений, Москва, 02–04 октября 2018 года. – Москва: Издательство КВЦ "Сокольники", 2018. – С. 262-272.

4. Прокушева Е.А. Исследование потребительских свойств мясных полуфабрикатов из мяса уток и конины с белковыми добавками животного происхождения: Автореф. дис. канд. техн. наук. - Москва: РУК, 2009. – 23 с.

5. Петренко Н.Н., Криштафович В.И., Кушнир Д.Д. Маркетинговая оценка рынка и покупательских предпочтений мучных кондитерских изделий // Товаровед продовольственных товаров. 2012. № 12. С. 45.

Revealing consumer preferences in the sales of chopped semi-finished poultry meat products

Teplvodskaya I. N., student of the Institute of Technology, Russian Timiryazev State Agrarian University - Moscow Timiryazev Agricultural Academy, e-mail: irina25.02.2001@yandex.ru

Voloshina E. S., 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 sociological survey conducted to identify consumer preferences in the choice of semi-finished meat products on the market in the Lipetsk region.*

Key words: *sociological survey, consumer, semi-finished meat products, promotion, sale.*

УДК 637.072

УПРАВЛЕНИЕ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИМИ РИСКАМИ ПРИ ПРОИЗВОДСТВЕ ТВОРОГА С ФУНКЦИОНАЛЬНЫМИ ПИЩЕВЫМИ ИНГРЕДИЕНТАМИ

Волобоева Екатерина Андреевна, студентка технологического института, группы Д-Т123, подготовка направления 19.04.03 Продукты питания животного происхождения, ФГБОУ ВО «Российский государственный аграрный университет – МСХА имени К.А. Тимирязева», e-mail: voloboeva377ekaterina@gmail.com;

Янковская Валентина Сергеевна, к.т.н., доцент кафедры управления качеством и товароведения продукции ФГБОУ ВО «Российский государственный аграрный университет – МСХА имени К.А. Тимирязева», e-mail: vs3110@rgau-msha.ru

Аннотация: В данной статье рассматриваются управление технологическими рисками при производстве творога с функциональными пищевыми ингредиентами, методом «Информационно-матричной модели».