

Потребительские предпочтения питьевого молока

Мижевикин Д.А., Еремина Ю.А., Мижевикина А.С.

Молоко и молочные продукты издавна являются незаменимыми в питании людей, что обусловлено не только ценностью их составных частей, но и тем, что в них имеется такое соотношение между белками, жирами и углеводами, при котором они хорошо усваиваются организмом. На протяжении веков человек пытается сохранить молоко в его первоначальном виде, сберечь его полезные свойства, если не в полной мере, то с минимальными потерями [2]. Тем не менее, порой можно купить молоко совершенно не соответствующего качеством спросу покупателей. Мы решили выяснить какому молоку потребители отдают большее предпочтение и почему.

Целью данной работы явилось проведение исследования потребительских предпочтений на молоко питьевое.

В задачи исследования входило:

1. Выявление предпочтений потребителей;
2. Определение факторов, влияющих на выбор потребителя;
3. Исследование маркировки образцов молока из розничной торговой сети.

Материалы и методы исследования. Ассортимент молока и молочных продуктов очень широк. Также постоянно появляется новая продукция и производители. В каждом продуктовом магазине потребителю представляется большой выбор этой продукции. Нами было проведен опрос в социальной сети «ВКонтакте» с целью выяснения предпочтений и факторов влияющих на выбор покупателей. В нем приняли участие 116 респондентов.

Маркировка отобранных образцов была исследована на соответствие требованиям ГОСТ Р 51074-2003 «Продукты пищевые. Информация для потребителей. Общие требования»[3] и ТР ТС 022/2011 «Пищевая продукция в части ее маркировки» [5].

Результаты исследований. В результате установлено, что при покупке молока, в первую очередь, внимание обращают на: срок годности (38%); жирность (15%); торговую марку, фирму (15%); цену (14%); степень термической обработки (10%); упаковку (8 %) (рисунок 1).

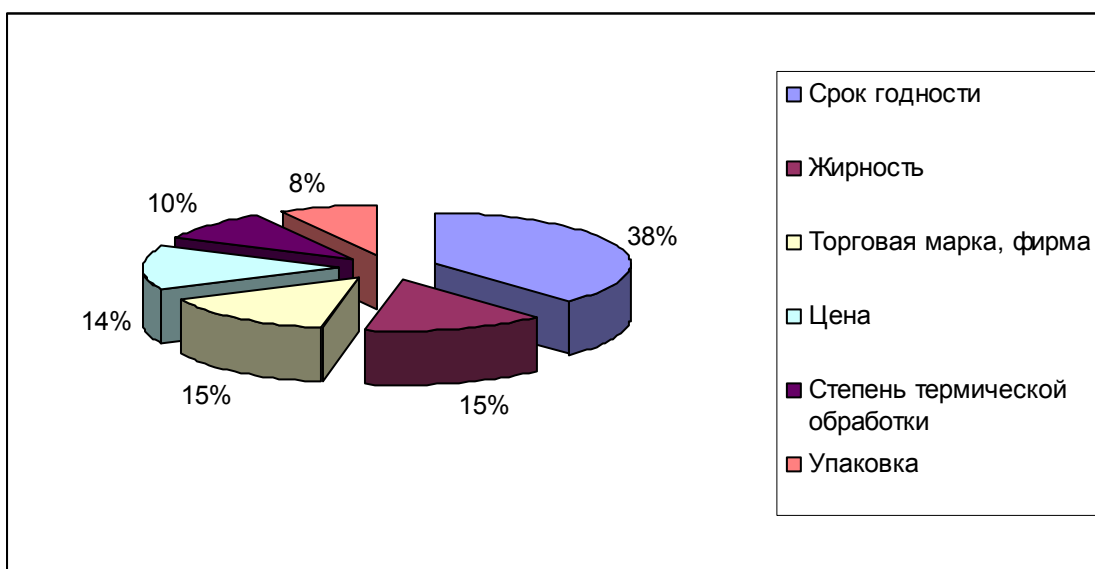


Рисунок 1 – Факторы, влияющие на выбор молока

Наибольшее количество респондентов предпочитают покупать молоко с массовой долей жира 3,2% (43%); с массовой долей жира 2,5% - 40%; с массовой долей жира 4% - 17% (рисунок 2).

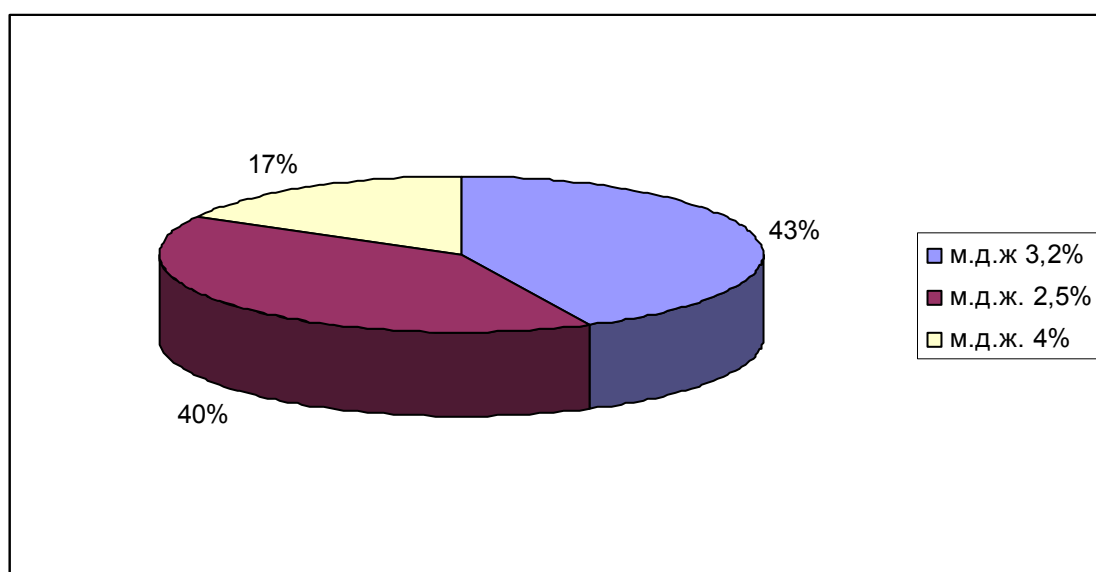


Рисунок 2 – Предпочтения потребителей по массовой доле жира

Самой популярной торговой маркой среди покупателей является «Первый вкус», ее выбирают около 30%, на втором месте «Из Чебаркуля» - 25%; «Простоквашино» - 17%; «Домик в деревне» - 15%; «Сметанин» - 8%; «Полная крынка» - 3%; «Золотые луга» - 2% (рисунок 3).

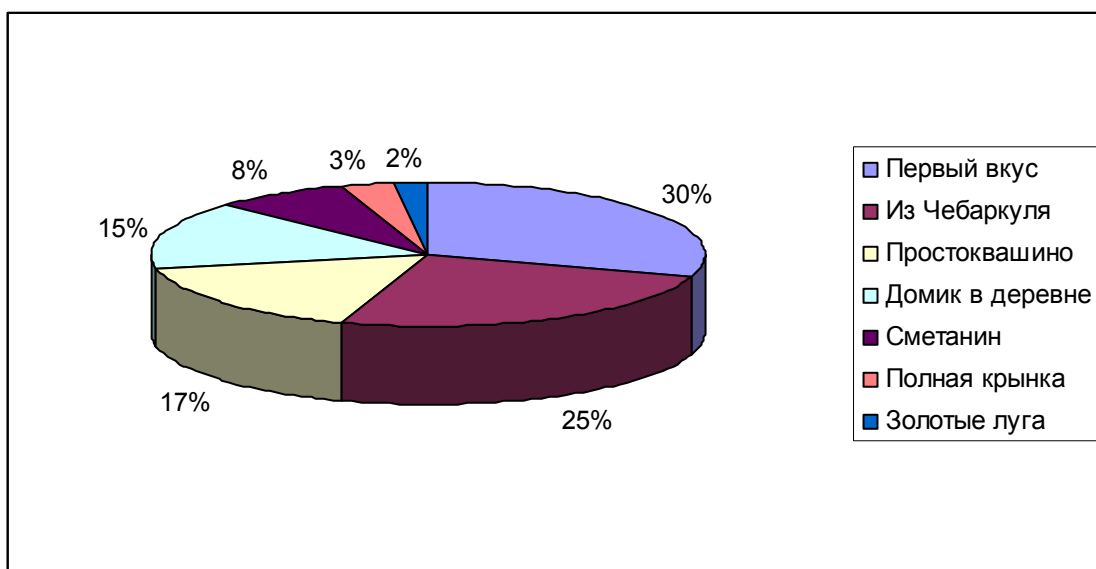


Рисунок 3 – Потребительские предпочтения по товарной марке

По выбору молока с различной термической обработкой респонденты разделились следующим образом: чаще покупают пастеризованное – 69%; стерилизованное – 19%; ультрапастеризованное – 12% (рисунок 4).

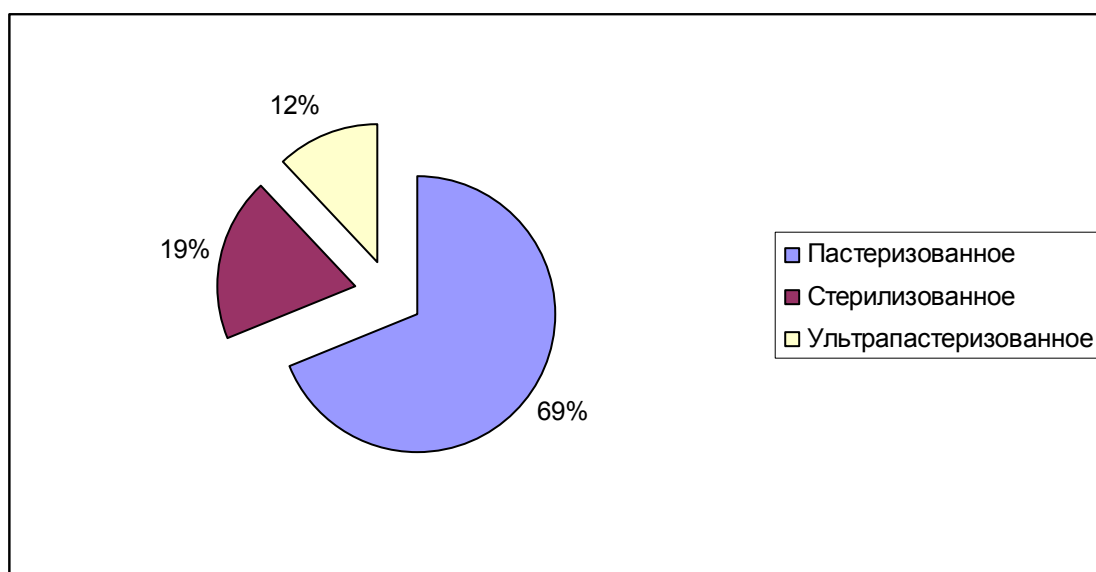


Рисунок 4 – Потребительские предпочтения по виду термической обработки

И наконец, влияние упаковки на выбор потребителя. Молоко в картонной коробке выбирают 43% покупателей, в полиэтиленовом пакете – 31% и в пластиковой бутылке – 26% (рисунок 5).

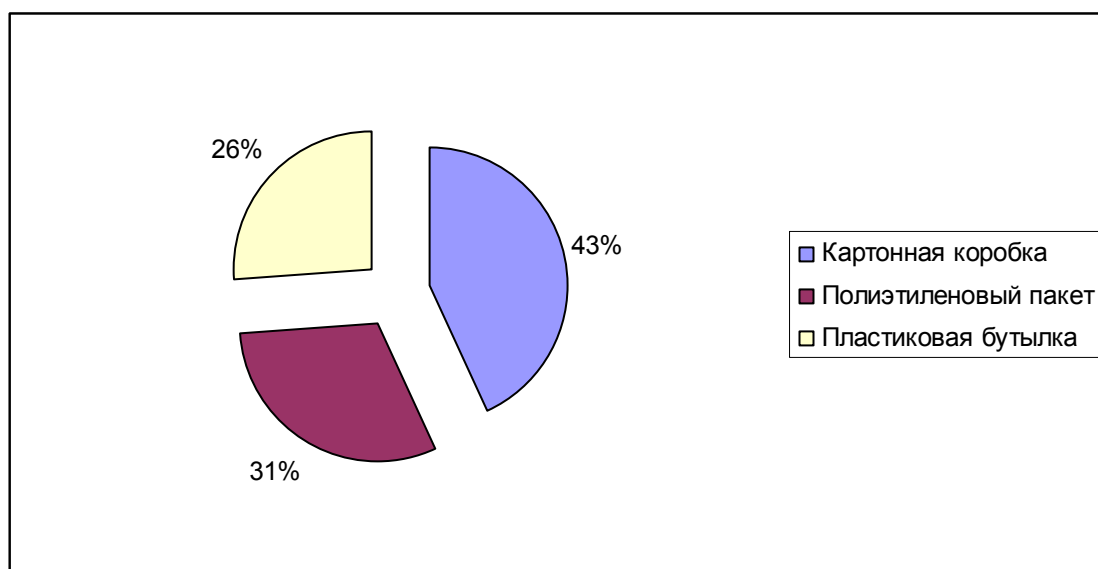


Рисунок 5 – Потребительские предпочтения в зависимости от вида упаковки

Основная интересующая покупателя информация содержится в маркировке. Именно из нее потребитель может узнать термическую обработку молока, срок годности, массовую долю жира и изготовителя. То есть, очень важно, чтобы маркировка была полной и соответствовала требованиям действующих нормативных документов. Мы решили проверить, отвечает ли маркировка молока из розничной торговой сети данным требованиям. Следовательно, может ли покупатель полагаться на нее при выборе. Нами выбрано 3 образца молока пастеризованного разных производителей из магазина «Магнит», наиболее предпочитаемых потребителями:

№1. Пастеризованное питьевое молоко «Первый вкус». Изготовитель ОАО «ЧЕЛЯБИНСКИЙ ГОРОДСКОЙ МОЛОЧНЫЙ КОМБИНАТ»;

№2. Пастеризованное питьевое молоко «Чебаркульское». Изготовитель ОАО «ЧЕБАРКУЛЬСКИЙ МОЛОЧНЫЙ ЗАВОД»;

№3. Пастеризованное молоко питьевое «Простоквашино». Изготовитель ОАО «Компания ЮНИМИЛК».

Результаты исследования полноты маркировки представлены в таблице 1.

Таблица 1 - Результаты исследования объектов по маркировке

Показатель	Образец №1 «Первый вкус»	Образец №2 «Чебаркульское»	Образец №3 «Простоквашино»
Наименование продукта	Молоко питьевое пастеризованное, 2,5 % жирности		
Наименование и местонахождение изготовителя	ОАО «Челябинский городской молочный комбинат», Россия, г. Челябинск, ул. Тимирязева, 5.	ОАО «Чебаркульский молочный завод», Россия, г. Чебаркуль, ул. Дзержинского, 1	ОАО «Компания ЮНИМИЛК», Россия, г. Москва, ул. Вятская, 27, корп. 13-14

Продолжение таблицы 1

Пищевая ценность (содержание в 100 г продукта) ,г	Жир - 2,5; Белок - 2,8; Углеводы – 4,7		Жир - 2,5; Белок - 2,9; Углеводы – 4,7
Энергетическая ценность на 100 г продукта , ккал	53		
Условия и сроки хранения	5 суток при температуре $4 \pm 2^{\circ} \text{C}$		
Состав продукта	Молоко цельное, молоко обезжиренное		
Дата изготовления	07.03.17	07.03.17	06.03.17
Масса нетто, мл	1000	1000	950
Материал упаковки	Картонная коробка(пюр-пак)		
Документ, в соответствии с которым изготовлено молоко	ТУ 9222-150-00419785-04, №88 Ф3 «Технический регламент на молоко и молочную продукцию»		ГОСТ Р 52090-2003, №88 Ф3 «Технический регламент на молоко и молочную продукцию»
Информация о подтверждении соответствия	Присутствует		
Штрих-код	Присутствует		

Как видно из данных таблицы 1, маркировка всех представленных образцов полная и соответствует требованиям ГОСТ Р 51074-2003 «Продукты пищевые. Информация для потребителей. Общие требования»[3] и ТР ТС 022/2011 «Пищевая продукция в части ее маркировки» [5]. Следовательно, потребитель глядя на маркировку может найти всю интересующую его информацию и сделать выбор.

Выводы:

1. Наиболее популярной у покупателей торговая марка молока является «Первый вкус» (30%), наиболее предпочитаемое молоко пастеризованное (69%) с массовой долей жира 3,2% (43%), упакованное в картонную коробку (43%).
2. Главными факторами, влияющими на выбор покупателя являются: срок годности (38%); жирность (15%); торговую марка, фирма (15%); цена (14%); вид термической обработки (10%); упаковка(8 %).

3. Маркировка представленных образцов полная и соответствует требованиям ГОСТ Р 51074-2003 «Продукты пищевые. Информация для потребителей. Общие требования» и ТР ТС 022/2011 «Пищевая продукция в части ее маркировки». Следовательно, потребитель глядя на маркировку может найти всю интересующую его информацию и сделать выбор.

Список литературы:

- 1) Багин Д. А. Исследование потребительских предпочтений молока питьевого, реализуемого в розничной торговой сети г. Челябинска [Текст] / Д. А. Багин, Л. С. Прохасько, Г. К. Альхамова // Молодой ученый. — 2015. — №4. — С. 124-127.
- 2) Горошенко Л. Р. Российский рынок молока .Молочная промышленность: Учебник / Л.Р. Горошенко. – М.: Колос, 2007. - № 4. – С. 5 – 11.
- 3) ГОСТ 51074-2003. Продукты пищевые. Информация для потребителя. Общие требования. - Введен 29.12.2003. – М.: Стандартинформ, 2006. - 43с.
- 4) Кондратьева А. В. Потребительские предпочтения питьевого молока в Челябинске [Текст] / А. В. Кондратьева, Л. С. Прохасько, А. Н. Мазаев // Молодой ученый. — 2013. — №11. — С. 117-120.
- 5) Технический регламент Таможенного союза 022/2011 «Пищевая продукция в части ее маркировки» [Электронный ресурс] : Tsouz.ru [web - сайт]. – Режим доступа: <http://www.tsouz.ru/db/techreglam/Documents/TrTsPishevkaMarkirovka.pdf>.