УДК

Ассортимент и потребительские предпочтения полуфабрикатов в тесте

Мижевикин Д.А., Еремина Ю.А., Бурмистрова О.М.

Сегодня в России на долю пищевой и перерабатывающей промышленности приходится более половины продовольственного товарооборота страны. В состав этой отрасли входит более 30 подотраслей. Особое место среди них занимают мясная и мясоперерабатывающая отрасли, так как обеспечивают население страны одним из основных продуктов питания. [1]

Некоторые предприятия, использующие высокотехнологичное оборудование, способны производить продукцию, соответствующую европейским стандартам. Продукция этих предприятий достаточно популярна среди населения: более 90% жителей страны доверяют отечественным производителям мясной продукции [3]

Однако, в условиях дефицита и высокой стоимости сырья большинство крупных мясоперерабатывающих предприятий работают не на полную мощность или закрываются, в то же время открывается большое количество малых предприятий, постоянный контроль за производством и качеством готовой продукции, на которых соответствующим органом надзора осуществлять достаточно сложно, в связи, с чем вполне вероятен выпуск продуктов с низкими потребительскими свойствами. [2]

Поэтому перед нами была поставлена цель – изучить ассортимент мясных полуфабрикатов в тесте реализуемых в торговой сети.

На основании этого были поставлены следующие задачи данной работы:

1. Изучить ассортимент мясных полуфабрикатов в тесте реализуемых в торговой сети.
2. По результатам исследований обосновать выводы и внести предложения.

Мясные полуфабрикаты - это изделия из натурального и рубленого мяса без термической обработки. Это изделия, максимально подготовленные для кулинарной обработки.

Мясные полуфабрикаты делятся: на натуральные (крупнокусковые, мелкокусковые, порционные, порционные панированные); рубленые; полуфабрикаты в тесте; мясной фарш.

К полуфабрикатам в тесте, вырабатываемым из мяса убойных животных, относятся пельмени - русские, сибирские, иркутские, закусочные, столовые, столичные, останкинские, крестьянские, мясорастительные, таежные, даниловские; палочки мясные - столичные и сельские; манты - южные и каспийские; хинкали - сочинские и сухумские.

Изучение ассортимента мясных полуфабрикатов мы проводили в торговой сети г Троицка. В процентном соотношении мы получили следующую картину: 35,5% продукции приходится на полуфабрикаты в тесте; 25,8%- на вареники, 22,5% - на полуфабрикаты рубленные, 9,7% - на фарш, 6,5% - на натуральные полуфабрикаты. Кроме этого, нами были изучены потребительские предпочтения к вопросам производства и потребления мясных полуфабрикатов, при этом было опрошено 250 респондентов на Internet площадке в социальной сети «ВКонтакте» методом анкетирования.

Исследования по выявлению основных причин приобретения мясных полуфабрикатов (рисунок 1) потребителями свидетельствуют о том, что главной причиной является нежелание населения готовить аналогичные блюда самостоятельно (48%), важными причинами также являются, дефицит времени (34%), приемлемый вкус пищи из полуфабрикатов (15%).

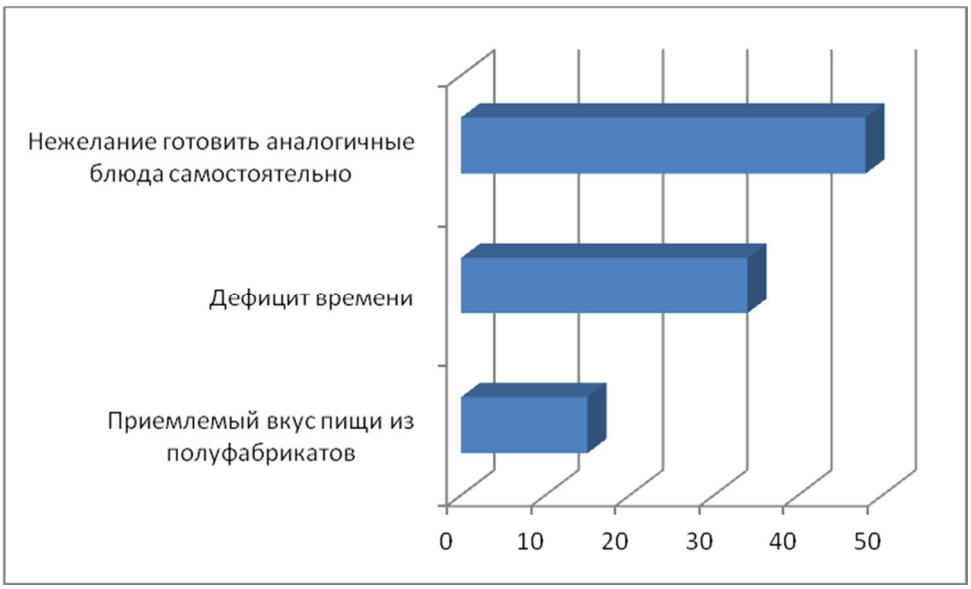

Рисунок 1 - Исследования по выявлению основных причин приобретения мясных полуфабрикатов

Таким образом, важнейшим фактором, обусловливающим стабильность спроса на мясные полуфабрикаты, является время, затрачиваемое на приготовления пищи.

Исследование по изучению товарного ассортимента мясных полуфабрикатов в тесте показали, что 45,6% респондентов считают ассортимент данной группы товаров не достаточно разнообразным, что позволяет судить о недостаточно заполненной товарной нише и наличии резервов расширения их ассортимента за счет вовлечения в производство новых видов сырья и технологий.

Анализ ответов респондентов на вопрос о предпочтениях отдельных видов мясных полуфабрикатов в тесте (рисунок 2) показал, что достаточно высоким спросом потребителей пользуются пельмени - 43%; стабильным и достаточным спросом пользуются хинкали и манты – 38% и 19% соответственно.

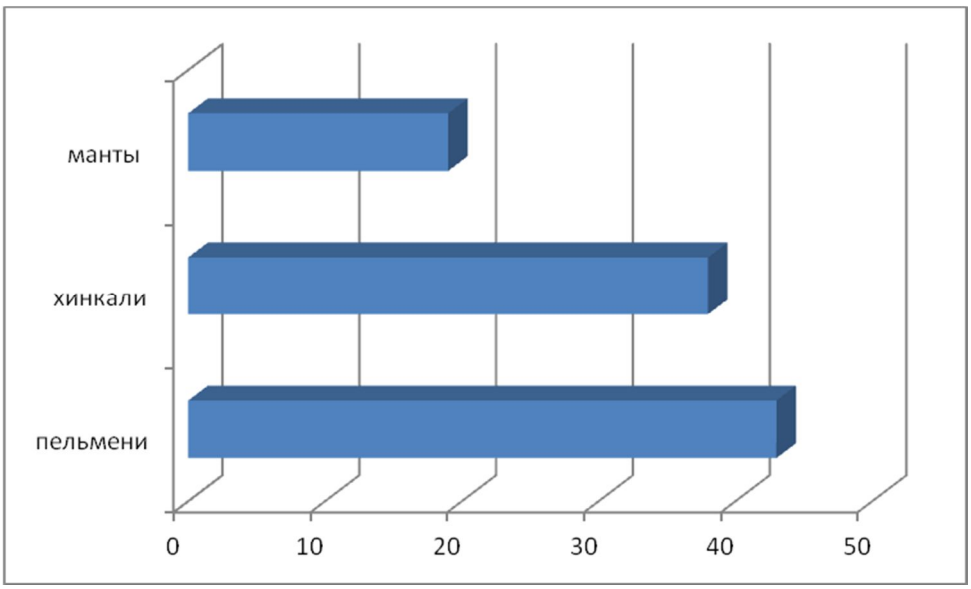

Рисунок 2 - Исследования по выявлению предпочтений отдельных видов мясных полуфабрикатов в тесте

Необходимо отметить, что устойчивым спросом среди горожан пользуются полуфабрикаты из традиционных видов мясного сырья: из свинины (43%), говядины (27,5%), баранины и конины (3%), мяса птицы (0,5%) и их сочетаний в разных комбинациях (26%).

Исследование уровня цен свидетельствуют о том, что большинство опрошенных респондентов считают уровень цен на мясные полуфабрикаты приемлемым (47%). Вместе с тем достаточно велика доля респондентов, которые считают, что уровень цен на полуфабрикаты низкий, и, следовательно, обоснованное повышение цены на полуфабрикаты за счет использования в производстве более высококачественного сырья, в рецептуре, не приведет к снижению потребительского спроса.

Таким образом, из результатов анализа ассортимента мясных рубленых полуфабрикатов следует:

1. Ассортимент мясных полуфабрикатов достаточно широк и включает в себя: 35,5% - полуфабрикаты в тесте; 25,8%- вареники, 22,5% - полуфабрикаты рубленные, 9,7% - фарш, 6,5% - натуральные полуфабрикаты.

2. Ассортимент полуфабрикатов в тесте не достаточно разнообразный: высоким спросом потребителей пользуются пельмени - 43%, хинкали – 38% и манты - 19%.

В качестве предложения производителям мы рекомендуем расширить ассортимент именно мясных полуфабрикатов в тесте.

Список использованной литературы:

1. Производственный ветеринарно-санитарный контроль мясных полуфабрикатов [электронный ресурс] / И.Г. Серёгин [и др.]. // Вестник Ульяновской государственной сельскохозяйственной академии. — Режим доступа: https://e.lanbook.com/journal/issue/292352

2. Тамаев, Т.М. Ветеринарно-санитарная экспертиза качества замороженных полуфабрикатов - мясного фарша [Электронный ресурс] / Т.М. Тамаев, З.Л. Дзиццоева. // Известия Горского государственного аграрного университета — Режим доступа: https://e.lanbook.com/journal/issue/302053.

3. Фейнер Г. Мясные продукты. Научные основы, технология, практическая рекомендации / Г. Фейнер.- Санкт-Петербург: Профессия, 2010 — 350 с.