

Рынок яиц пищевых куриных, потребительская оценка и социальные аспекты

Савостина Татьяна Владимировна, ассистент кафедры товароведения продовольственных товаров и ветеринарно-санитарной экспертизы, канд.вет.наук,
Милых Дарья Сергеевна, студентка 4 курса, 41 группы
Южно-Уральский государственный аграрный университет, г.Троицк

Аннотация

Статья посвящена изучению рынка яиц пищевых куриных, выявлению потребительских предпочтений и факторов, влияющих на выбор покупателей. Установлена потребительская оценка яиц.

Ключевые слова: Яйцо пищевое куриное, ассортимент, качество, потребитель, предпочтение.

Market food chicken eggs, consumer evaluation and social aspects

cand. vet. sciences Savostina T.V., student 4 courses of Milykh D.S.,
Sout Ural State Agrarian University, Troitsk

Annotation

This article is devoted to the study of market food chicken eggs, revealing consumers' preferences and the factors influencing consumer choice, consumer eggs assessment.

Keywords: Egg food chicken, range, quality, consumer, preference.

Яйцо – ценный продукт питания человека. Самые распространенные и доступные в магазине – куриные яйца [1, с. 96]. Это – единственный продукт, который почти полностью (на 97-98%) усваивается человеческим организмом, лучшим образом в вареном или жареном виде [2, с. 10]. В силу высоких пищевых достоинств яйца куриные пользуются широким спросом у населения. Этот факт подчеркивает актуальность данной работы.

Целью настоящих исследований было изучение рынка и потребительских предпочтений яиц пищевых куриных, реализуемых в торговой сети г.Троицка.

В задачи исследования входило:

1. Изучить ассортимент яиц пищевых куриных торговой сети г. Троицка.
2. Провести опрос для выявления потребительских предпочтений.
3. Провести дегустационную оценку яиц и выявить оптимальное соотношение показателя «цена-качество».

Исследования по данной теме были проведены на кафедре товароведения продовольственных товаров и ветеринарно-санитарной экспертизы ФГБОУ ВО ЮУрГАУ. Потребительские предпочтения яиц пищевых были выявлены путем опроса респондентов в интернете, для чего им была предложена анкета. В опросе приняло участие 102 человека.

Дегустацию вареных яиц проводили по пяти балльной шкале, согласно методике, предложенной В.П. Фроловым [3, с. 68] (таблица 1). Комиссия состояла из семи дегустаторов. Каждый дегустатор присваивал баллы, соответственно шкале, на отдельном бланке.

Установление оптимального соотношения цена - качество проводили расчетным методом.

Анализ ассортимента яиц пищевых куриных в торговой сети города Троицка показал, что реализуются в основном яйца следующих птицефабрик:

- 1.ПАО «Птицефабрика Челябинская» (ГОСТ 31654-2012);
- 2.ООО «Чебаркульская птица» (ТУ 9841-005-71703490-13);
- 3.ООО «Ситно» (ТУ 9841-001-51461754-05);
- 4.ООО «Здоровая ферма» (ГОСТ 31654-2012);
- 5.АО «Птицефабрика имени 50-летия СССР» (ГОСТ 31654-2012);
- 6.ЗАО «Птицефабрика «Пышминская» (СТО 00635553-002-2008);
- 7.ОАО «Птицефабрика «Евсинская» (ГОСТ 31654-2012);

8.3АО «Агрофирма Лебедевская» (ГОСТ 31654-2012).

При этом, реализуется только 50% яиц птицефабрик Челябинской области, другую половину составляют Новосибирская и Тюменская области (рисунок 1).

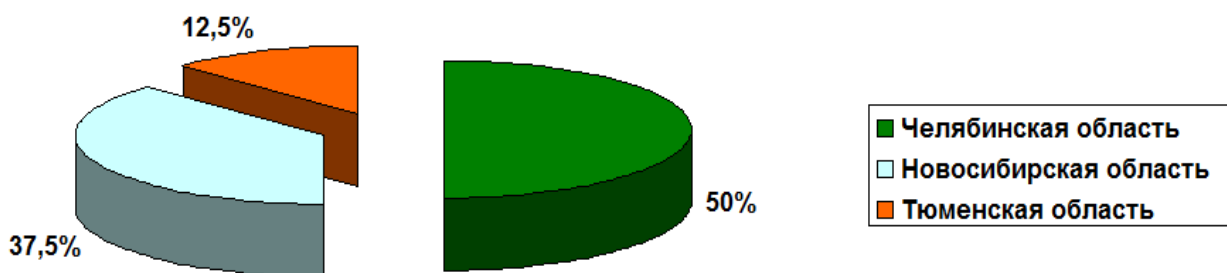


Рисунок 1. Структура ассортимента яиц в зависимости от области производителя

Установлено, что основной объем куриных яиц изготовлен в соответствии ГОСТ – 62% , по ТУ – 25%, СТО- 13% (рисунок 2).

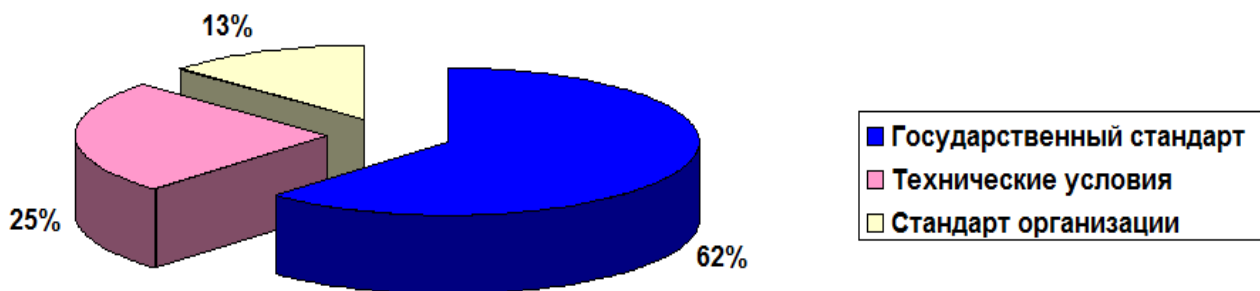


Рисунок 2. Структура ассортимента в зависимости от нормативного документа

Преимущественно реализуются яйца отборной (36%) и первой (40%) категории. Второй и третьей категории – 20% и 4% соответственно (рисунок 3).

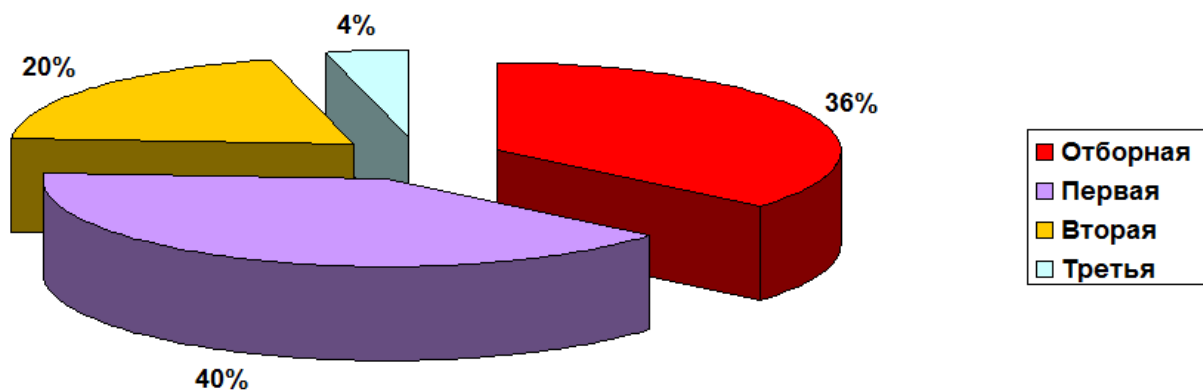


Рисунок 3. Структура ассортимента в зависимости от категории яиц

В результате опроса потребительских предпочтений было установлено, что главными критериями при выборе куриных яиц для покупателя являются: торговая марка (50%), категория яиц (37%), 7% и менее - цена и упаковка (рисунок 4).

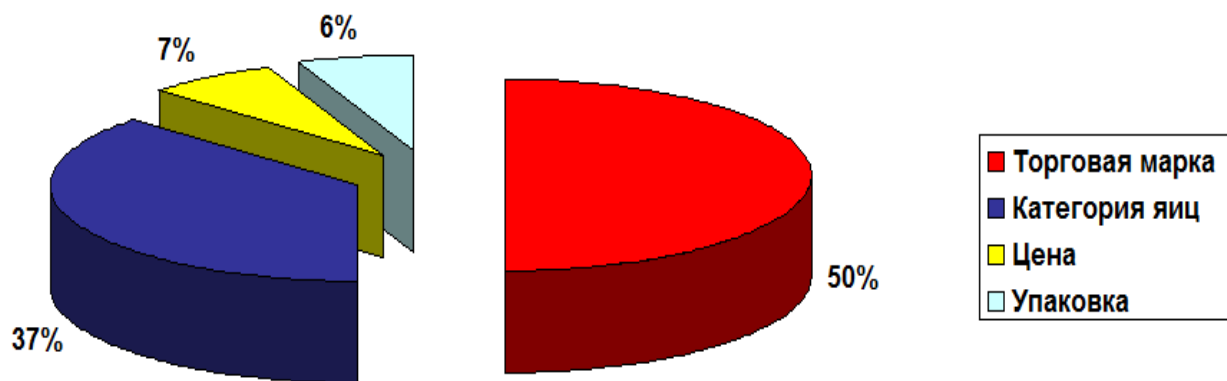


Рисунок 4. Факторы, влияющие на выбор потребителей

По предпочтению торговой марки респонденты распределились следующим образом: «Чепфа» - 40%; «Чебаркульская птица», «Здоровая ферма» и «Ситно» в среднем по 16%; 5 % и менее - «Птицефабрика «Пышминская» и «Птицефабрика имени 50-летия СССР» (рисунок 5).

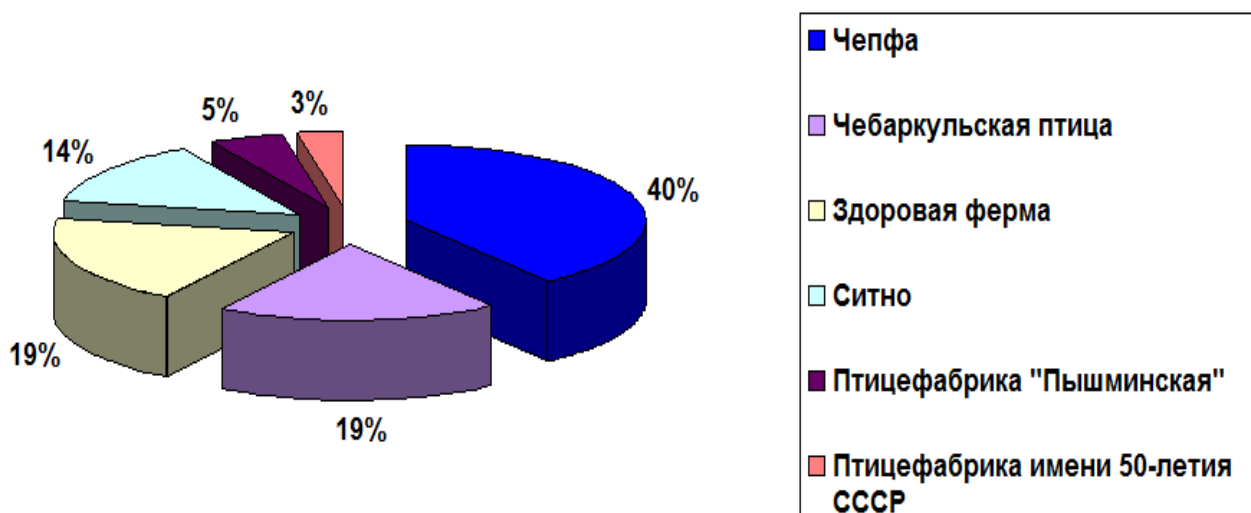


Рисунок 5. Потребительские предпочтения по торговой марке

Большая часть опрошенных предпочитала покупать яйца отборные - 73%, первой категории – 24% (рисунок 6).

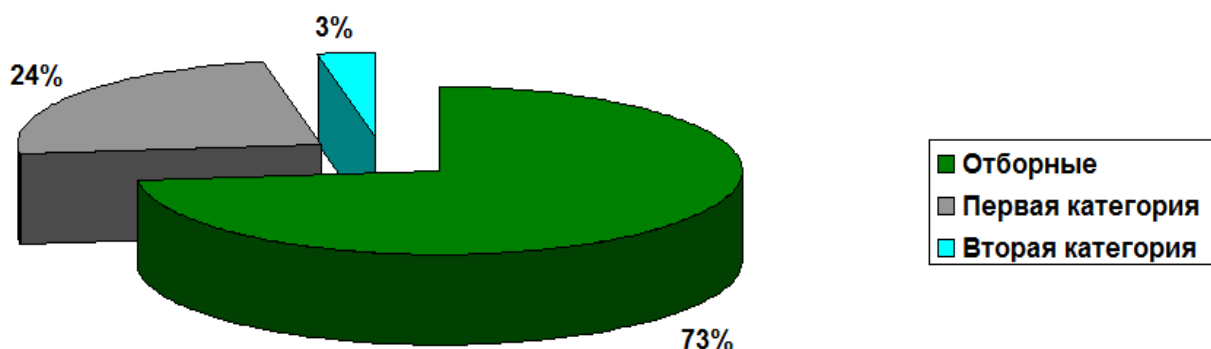


Рисунок 6. Потребительские предпочтения по категории

Для проведения дегустационной оценки нами были выбраны наиболее распространенные образцы куриных пищевых яиц, представленных в торговой сети г. Троицка. Результаты оценки представлены в таблице 2 и на рисунке 7.

Таблица 2 – Результаты дегустационной оценки яиц пищевых куриных

Показатель	Аромат		Цвет		Вкус		Степень отделения скорлупы от белка	Средний балл по итогам дегустации
	Белок	Желток	Белок	Желток	Белок	Желток		
Образец яиц								
«Челябинская»	4,8± 0,2	5,0± 0,3	4,7± 0,2	4,0± 0,2	5,0± 0,3	5,0± 0,2	4,3±0,1	4,7
«50-летия СССР»	4,3± 0,1	4,8± 0,2	4,0± 0,1	4,0± 0,2	4,7± 0,3	4,3± 0,1	4,0±0,2	4,3
«Пышминская»	5,0± 0,2	5,0± 0,2	5,0± 0,2	5,0± 0,1	5,0± 0,3	5,0± 0,2	4,3±0,2	4,9
«Чебаркульская»	4,7± 0,2	5,0± 0,3	5,0± 0,1	5,0± 0,2	4,2± 0,3	5,0± 0,3	4,8±0,3	4,8

Лучшим образцом по итогам дегустационной оценки были яйца пищевые куриные «Пышминской» птицефабрики, набравшие большее количество баллов (4,9), худшим - «50-летия СССР» (4,3 балла). У яиц птицефабрики «50-летия СССР» были слабовыраженные вкус и запах, голубоватый цвет белка и невыраженный цвет желтка, скорлупа хорошо отделялась от белка, что говорит об усушке яйца. У яиц «Челябинской» и «Чебаркульской» птицефабрик так же наблюдали недостаточно выраженный аромат и отделение скорлупы от белка было на 75%. У яиц «Челябинской» птицефабрики был голубоватый оттенок белка и невыраженный цвет желтка. У яиц «Чебаркульской» птицефабрики слабоощущаемый вкус белка.

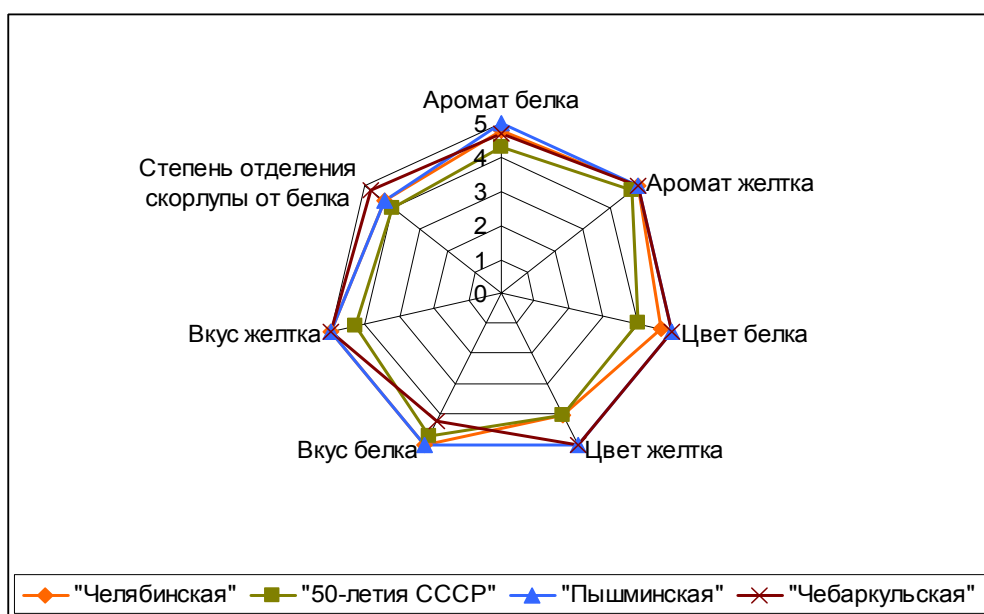


Рисунок 7. Дегустационная оценка яиц

В результате установления соотношения показателя «цена – качество» выяснили, что цена у яиц «Челябинской», «Пышминской» и «Чебаркульской» птицефабрик соответствовала качеству. У яиц «50-летия СССР» была высокая цена при низком качестве. Лучшим соотношением «цена – качество» для потребителей обладали яйца птицефабрики «Пышминская» - высокое качество за не большую цену. Результаты представлены на рисунке 8.

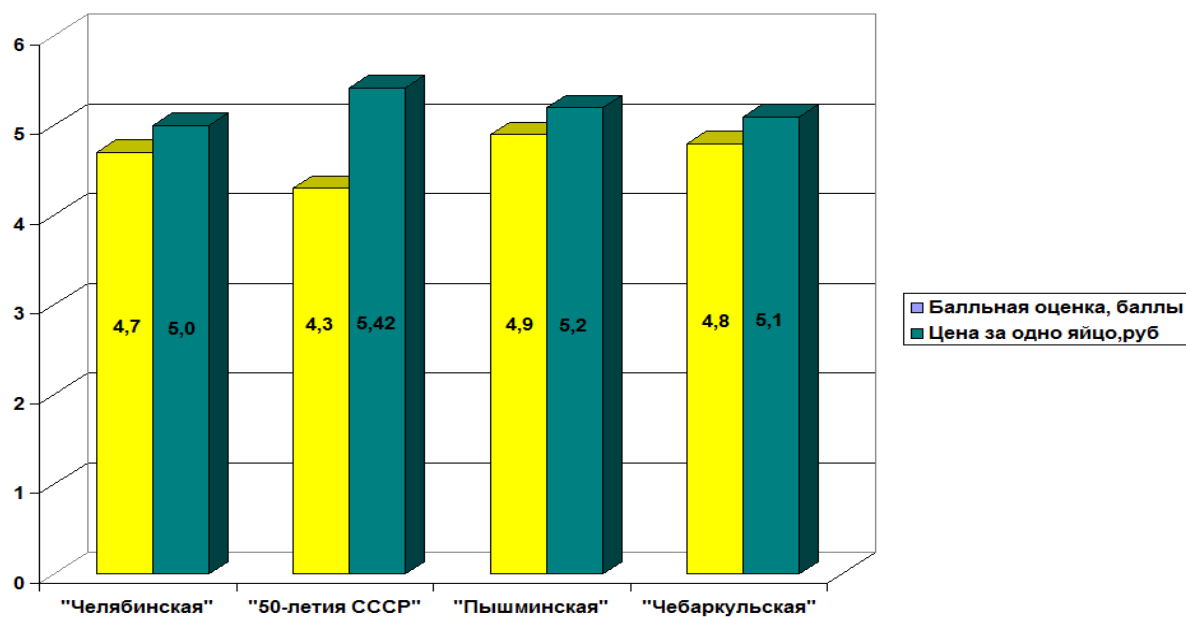


Рисунок 8. Соотношение показателя «цена – качество» яиц пищевых куриных

Выводы:

1. Ассортимент куриных пищевых яиц в торговой сети г.Троицка преимущественно представлен птицефабриками Челябинской области (50%), выработанных по ГОСТу (62%) отборной (36%) и первой (40%) категории.
2. Главными критериями при выборе куриных яиц для потребителей являются: торговая марка (50%) и категория яиц (37%). Наибольшим предпочтением пользуется «Челябинская птицефабрика» (40%). Большая часть опрошенных предпочитала покупать яйца отборной категории - 73% и первой категории – 24%.
3. Оптимальное соотношением показателя «цена – качество» установлено для яиц куриных «Пышминской» птицефабрики.

Библиографический список

1. Жиряева Е.В. Товароведение. – Санкт-Петербург: Питер, 2009.- С.237.
2. Фисинин В., Штелле А.П. Качество пищевых яиц и здоровое питание. Птицеводство. – 2008. - №2. – С. 10-13.
3. Фролов В.П., Фролов А.В. Санитарная и товарная оценка качества сырья и пищевых продуктов: учебно-методическое пособие для студентов вузов. – Казань: Альфа, 2009 . - С.68.