

УДК 664

А.В. Алешков,

канд. техн. наук,

доцент кафедры товароведения торгово-технологического факультета

Хабаровского государственного университета экономики и права

А.В. Разуваева

## ПРОДУКТОВЫЕ ИННОВАЦИИ И ВЫБОР ПРОДУКТОВОЙ СТРАТЕГИИ НА РЫНКЕ РУБЛЕННЫХ ПОЛУФАБРИКАТОВ ГОРОДА ХАБАРОВСКА

*Выявление основных тенденций формирования и развития ассортимента рубленых полуфабрикатов в г. Хабаровске и потребительских предпочтений населения позволило разработать стратегию вывода на рынок инновационного продукта премиального класса – шницеля охлажденного, обогащенного хондропротекторами глюкозамином и хондроитинсульфатом.*

**Ключевые слова:** рубленые полуфабрикаты, потребительские предпочтения, инновационный продукт.

*Determination in the main trends of formation and development of the assortment of chopped prepared foods in Khabarovsk and consumer preferences of the population allowed developing the market strategy by the launch of innovative premium class product – chilled schnitzel enriched with chondroitin protectors, glucosamine and chondroitin sulfate.*

**Keywords:** chopped prepared foods, consumer preferences, innovative product.

Рубленые полуфабрикаты производят из измельченных мясных и немясных ингредиентов с добавлением или без добавления поваренной соли, пряностей и пищевых добавок [1]. К ним относят котлеты, бифштексы, шницели, ромштексы, биточки, фрикадельки, кнели, крокеты, голубцы, купаты, рубабы и т.д. Мясные полуфабрикаты при этом должны содержать в рецептуре более 60 % мясных ингредиентов. В случае содержания мясных ингредиентов менее 60 %, но более 5 %, продукт считается мясосодержащим. Исследование нескольких десятков классических рецептов рубленых полуфабрикатов показывает, что большая часть из них, в том числе наиболее популярные котлеты «Домашние», «Московские» и «Киев-

ские», должны именоваться именно «мясосодержащими». Исключение составляют только бифштексы рубленый, некоторые виды фрикаделек, диетические кнели и кюфта, где содержание мясных ингредиентов в рецептуре выше 60 %.

Целью нашего исследования стал анализ возможности вывода на рынок г. Хабаровска рубленого полуфабриката, обогащенного биологически активными веществами.

Информационно-аналитическое исследование отечественного рынка рубленых полуфабрикатов позволило выделить следующие ключевые тенденции его формирования и развития:

1. Для регионального рынка мясосодержащих рубленых полуфабрикатов характерна глубокая дифференциация по

количеству видов и наименований продуктов. Практически все доступные ниши в этом сегменте уже давно заполнены, и производители справедливо полагают, что выйти на данный рынок, даже с инновационным продуктом, весьма непросто. Для этого необходимо хорошо представлять возможные тенденции формирования ассортимента и изменения в предпочтениях покупателей. В то же время, как показано в обзоре Н.В. Кейниз (2015), ежегодный темп прироста отечественного рынка рубленых полуфабрикатов составляет 10–15 % [2], и кризисные явления в экономике не только не замедляют его, сколько ускоряют на фоне увеличения объема заготовок мяса.

2. Привязка мест производства к районам сбыта [3]. Региональные рынки рубленых полуфабрикатов представлены преимущественно местными производителями, несмотря на легкость транспортирования на любые расстояния подобной продукции в замороженном виде.

3. На региональных рынках рубленых полуфабрикатов, включая полуфабрикаты в тесте, преобладают пельмени (до 50 %), на втором месте – котлеты (12–13 %). В дальнейшем исследовании рынок полуфабрикатов в тесте не затрагивается.

4. Широкое использование заменителей мясного сырья в рецептурах. Так, в котлеты добавляют соевую муку и концентраты, в том числе в текстурированных формах, еще чаще – белково-жировые эмульсии на основе свиной шкурки, изоляты животного белка, мясо птицы механической обвалки. Сложившаяся ситуация позволяет достаточно четко дифференцировать рынок рубленых

полуфабрикатов на два сегмента – премиальный (использование классических рецептов, высококачественного тримминга и вспомогательного сырья, премиум-упаковка, высокая розничная стоимость) и экономный (изготовление продукции по ТУ или СТО производителя) [4].

5. Увеличение доли охлажденной продукции в структуре реализации.

Сложившаяся в настоящее время ситуация на рынке рубленых полуфабрикатов г. Хабаровска вызывает у потребителей затруднения в выборе, поэтому многие из них отдают предпочтения производителю с проверенной репутацией, с опаской относясь к новым игрокам. Как показывают исследования, боится покупатель также и фальсификаций.

Появление на прилавках инновационных продуктов, в названии которых зачастую используется современная терминология, не всегда способствует увеличению покупательской способности. В то же время, отдавая дань здоровому образу жизни, многие потребители задумываются о правильном питании, употребляя биологически активные добавки (БАД) и функциональные продукты питания.

При этом под *БАД* подразумеваются продукты, содержащие пищевые и (или) биологически активные вещества природного происхождения или идентичные им вещества искусственного происхождения, предназначенные для оптимизации рациона.

Под *функциональным* понимается пищевой продукт для систематического употребления всеми возрастными группами здорового населения, обладающий научно обоснованными и подтвержденными свойствами, снижающий риск развития заболеваний,

связанных с питанием, предотвращающий или восполняющий дефицит питательных веществ в организме человека, сохраняющий и улучшающий здоровье за счет наличия в его составе функциональных пищевых ингредиентов [5].

Функциональными пищевыми ингредиентами при этом могут выступать живые микроорганизмы, вещества или комплекс веществ животного, растительного, микробиологического, минерального происхождения или идентичные натуральным, входящие в состав функционального пищевого продукта в количестве не менее 15 % суточной физиологической потребности в расчете на одну порцию продукта. Они должны обладать способностью оказывать эффект на одну или несколько физиологических функций, процессы обмена веществ в организме человека при систематическом употреблении содержащего их функционального пищевого продукта.

Функциональный пищевой продукт, получаемый добавлением функциональных ингредиентов к традиционным пищевым продуктам в количестве, обеспечивающем предотвращение или восполнение имеющегося в организме человека дефицита питательных веществ или собственной микрофлоры, определяется как *обогащённый пищевой продукт* [6].

Таким образом, нами определены теоретические предпосылки для вывода на рынок функционального (обогащенного) рубленого полуфабриката. На следующем этапе требуется не только определить категорию потенциальных покупателей, но и, по возможности, максимально привлечь нецелевые сегменты потребителей.

Изучение списка из двух с половиной сотен видов биологически активных веществ, которые ежедневно должны поступать в организм человека с пищей [7], позволило выделить такие ингредиенты, как глюкозамин и хондроитинсульфат.

Эти вещества входят в состав синовиальной жидкости, заполняющей полости суставов человека и выполняющей роль смазки при сгибании суставов. В процессе жизнедеятельности количество синовиальной жидкости неуклонно снижается, хрящи приходят в соприкосновение друг с другом, вызывая дальнейшее их разрушение и болевые симптомы. В медицине подобные заболевания называются остеоартрозами. В России их признаки обнаруживаются у 50–60 % лиц старше 50 лет и у 80 % лиц старше 60 лет. Так, в 2013 г. этот диагноз впервые был поставлен 1,45 млн жителей страны, или 1 % населения [8]. Хондропротекторы (от греч. *chondros* – хрящ и англ. *to protect* – защищать) глюкозамин и хондроитинсульфат, наряду с гиалуроном, являются основными компонентами синовиальной жидкости, существенно влияющими на ее качество. Во избежание проблем с суставами эти вещества должны поступать в организм человека ежедневно, что было регламентировано Главным государственным санитарным врачом РФ в 2008 г. [9]. Для глюкозамина установлена суточная потребность 0,7 г, для хондроитинсульфата – 0,6 г.

Основными пищевыми источниками этих биологически активных соединений считается хрящевая ткань птиц, животных и морских организмов, в меньшей степени субпродукты животного происхождения. В то же время невозможно представить хрящи в ежедневном рационе

россиян, а соответствующие биологически активные добавки употребляет лишь незначительная часть населения. Таким образом, обогащение глюкозамином и хондроитинсульфатом продукции частого употребления, такой как рубленные полуфабрикаты, будет способствовать профилактике заболеваний суставов у населения.

Уверенность в стабильности глюкозамина при термической обработке придают исследования А.А. Сичкар, показавшие, что процесс его распада начинается при температуре свыше 200°C [10], то есть выше температуры обжаривания и тушения котлет в домашних условиях.

Для установления возможности вывода на рынок г. Хабаровска рубленного полуфабриката, обогащенного хондропротекторами, было проведено исследование по следующим направлениям:

1. Анализ структуры ассортимента рубленных полуфабрикатов в розничной торговой сети г. Хабаровска.

2. Анализ потребительских предпочтений населения г. Хабаровска в отношении рубленных полуфабрикатов.

3. Анализ соответствия предлагаемого ассортимента рубленных полуфабрикатов потребительским требованиям.

4. Заключение о возможности и целесообразности вывода на рынок рубленного полуфабриката, обогащенного хондропротекторами.

На первом этапе было обследовано 30 предприятий розничной торговли в г. Хабаровске, различных по типу, размерам, локации и формам продажи.

Установлено, что лидерами в структуре ассортимента являются котлеты «Домашние» (28,4 %), ромштекс и бифштекс (по 23,2 %). Существенно реже встречаются такие наименования, как котлеты «Киевские» (2,87 %), «Татарские» (2,87 %), «Российские» (1,85 %), «Вкусные» (1,85 %), «По-московски» (0,92 %), а также тефтели (2,8 %).

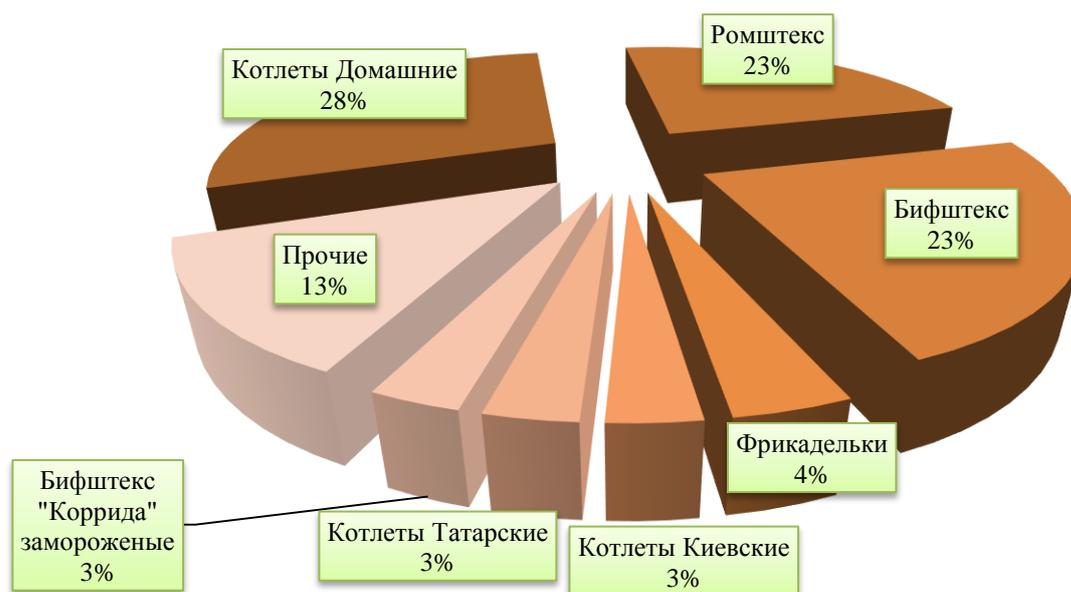


Рисунок 1 – Анализ структуры ассортимента рубленых полуфабрикатов

Сравнивая результаты с полученными в 2008 г. [11], отмечаем усиление дифференциации между видами и наименованиями изделий. Так, 8 лет назад в структуре ассортимента преобладали исключи-

тельно котлеты (70 %). Среди лидеров по производству рубленых полуфабрикатов – ООО «Мерилен», ООО «Семеновна», ООО «Производственный комплекс «Серышевский» (рисунок 2).

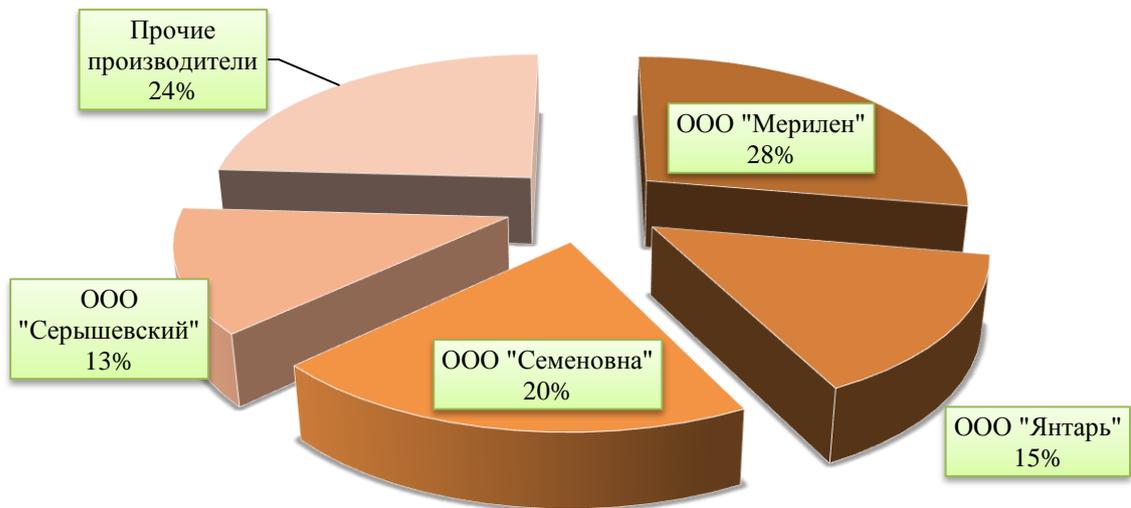


Рисунок 2 – Доля производителей рубленых полуфабрикатов на рынке

Ретроспективный анализ показывает, что ООО «Мерилен» удается лидировать на рынке рубленых полуфабрикатов г. Хабаровска в течение длительного времени. Его ближайший в прошлом конкурент ООО «Печнов» не выдержал сложной экономической ситуации и в конце 2015 г. свернул производство. Впрочем, положение ООО «Мерилен» это не улучшило: предприятие потеряло около 9 % рынка с 2008 года.

Обращает на себя внимание большая доля производителя готовой и охлажденной продукции «Янтарь» (один из кулинарных цехов торговой сети «Самбери») – до 15 %. Продукция, ввозимая из соседнего Приморья, представлена в меньшей

степени: 5,5 % рынка у ООО «Ратимир» и не более 4 % у ООО «Доброе дело».

На втором этапе исследования выявились потребительские предпочтения 100 респондентов, результаты были которого экстраполированы на всех жителей г. Хабаровска. Среди принявших участие в анкетировании преобладали женщины (76 %) среднего возраста (64 %) с ежемесячным доходом от 15 тыс. руб. (39 %).

Большинство потребителей (87 %) приобретает рубленые полуфабрикаты в супермаркетах, только 10 % в магазинах шаговой доступности и дискаунтерах; вклад рынков в реализацию незначителен (3 %).

40 % респондентов приобретают рубленые полуфабрикаты реже одного раза в месяц. Как правило, представители этого

сегмента предпочитают изготавливать их самостоятельно, однако не всегда имеют на это время. Около 18 % опрошенных приобретают рубленые полуфабрикаты один раз в месяц, 32 % – два раза в месяц и 10 % – один раз в неделю.

Данные о частоте потребления позволяют рассчитать примерную емкость рынка рубленых полуфабрикатов в г. Хабаровске, составившую 610 тонн в месяц. Это существенно (на 21 %) ниже, нежели в 2008 г., особенно на фоне небольшого прироста населения в городе. Полученные результаты, с одной стороны, выбиваются из общероссийской тенденции, с другой – могут быть использованы как предпосыл-

ки для наращивания объемов производства в ближайшей перспективе.

Наибольшей популярностью среди населения г. Хабаровска пользуется продукция ООО «Ратимир» (32 %), ООО «Мерилен» (25 %), ООО «Семеновна» (21 %) и ООО «Мясное дело» (9 %). 13 % опрошенных хранят верность продукции ООО «Печенов». Ситуация складывается не в пользу местных производителей: потребитель желает видеть на прилавках до 41 % продукции из соседнего региона.

Дальнейшее исследование показало, что хабаровчане предпочитают котлеты (33 %), ромштекс (27 %), фрикадельки (17 %), шницель (13 %) и биточки (10 %), что несколько расходится с ассортиментом розничной торговой сети (рисунок 3).

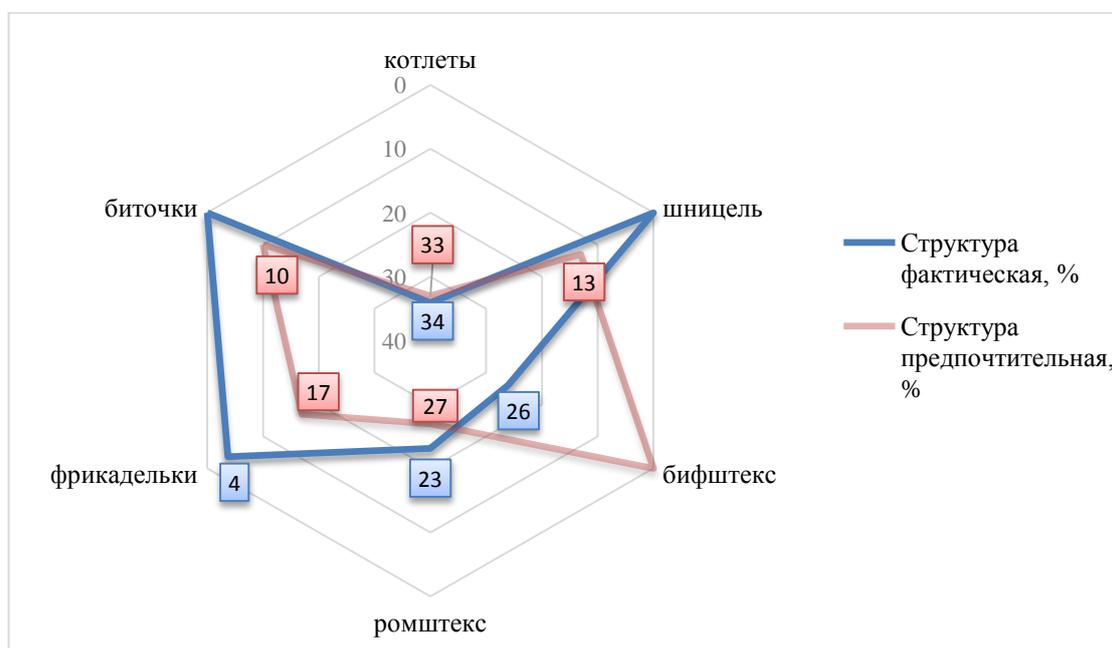


Рисунок 3 – Потребительские предпочтения рубленых полуфабрикатов по видам

Лепестковая диаграмма на рисунке 3 позволяет установить относительно свободные ниши для продвижения на рынок инновационного продукта. По всей види-

мости, для оптимизации ассортимента производителям следует сократить производство бифштексов в пользу фрикаделек, биточек и шницелей.

В заключение оценивалось отношение потребителей к добавлению в продукты БАД, а также их реакция на включение в состав рубленых полуфабрикатов хондропротекторов. Большая часть опрошенных (73 %) на содержание БАД в рубленых полуфабрикатах не обращает внимание, 17 % относятся к этому положительно и только 10 % – отрицательно. Фактически, это дает 90 % потенциальных покупателей при условии достаточно активного продвижения.

65 % респондентов не испытывает боли в суставах, но для оставшейся части проблемы с суставами характерны, особенно после физических нагрузок. Это дает еще одну препосылку для расширения ассортимента рубленых полуфабрикатов, обогащенных хондропротекторами. В то же время потребителям, не испытывающим проблем с суставами, потребуется разъяснение, что данный вид продукции необходимо употреблять в том числе и для профилактики остеоартроза.

48 % населения готовы употреблять рубленые полуфабрикаты, обогащенные хондропротекторами, 27 % станут покупать такой продукт исключительно при отсутствии влияния добавки на стоимость, 15 % не обратят на это внимание. Только 10 % опрошенных откажутся покупать такой продукт.

Следовательно, потребитель готов употреблять в пищу как продукт, обогащенный БАД, так и продукт быстрого приготовления, независимо от вида добавленных в него функциональных ингредиентов. Важным является также постоянство цены и органолептических показателей.

Таким образом, можно выделить следующие ключевые тенденции на рынке рубленых полуфабрикатов в г. Хабаровске. Интерес к рубленным полуфабрикатам у населения города падает, о чем свидетельствует снижение емкости рынка в последние годы. Большая часть реализуемой продукции производится в Хабаровском крае и соседнем регионе, при этом наблюдается повышенный спрос на продукцию приморских производителей. Потребительский спрос на котлеты и бифштексы удовлетворяется полностью, а вот направление производства биточек и фрикаделек производителям необходимо усиливать. После ухода с рынка ООО «Печнов» совершенно не удовлетворяется спрос на такой рубленый полуфабрикат, как шницель.

Поэтому при необходимости выхода на рынок с новым продуктом потребителю лучше всего предложить шницель, причем желательно изготовить его из высококачественных ингредиентов без добавления сомнительных, с точки зрения потребителя, компонентов типа соевых концентратов, изолятов животного белка, мяса механической обвалки и пищевых добавок. Это позволит позиционировать его как продукт премиального класса.

Кроме того, проведенное нами исследование показало лояльное отношение к добавлению в рубленые полуфабрикаты БАД у большей части населения. Установлено также, что выбранный вид добавки (глюкозамин и хондроитинсульфат), позволит привлечь практически всех потребителей при наличии достаточной информационной поддержки. Такой продукт можно позиционировать как функциональный, что даст дополнительные конкурентные преимущества. Также немаловажным будет, учи-

тывая растущий спрос, реализовать новый продукт охлажденным, а не замороженным, что еще в большей степени подчеркнет его премиальность.

#### Список использованных источников

1. ГОСТ Р 52427-2005 Промышленность мясная. Продукты пищевые. Термины и определения [Электронный ресурс] // <http://vsegost.com/Catalog/56/568.shtml>
2. Кенийз Н. В. Анализ рынка полуфабрикатов в России / Н. В. Кенийз // Научный журнал КубГАУ. 2015 № 105 (01).
3. Земляк К. Г. Тенденции формирования ассортимента продовольственных товаров на потребительском рынке г. Хабаровска / К. Г. Земляк, А. И. Окара, А. В. Алешков // Товароведение, экспертиза и технология продовольственных товаров : I Межведомственная науч.-практич. конференция с международным участием / отв. ред. Ю. И. Сидоренко. М. : МГУПП, 2008. С. 43-48.
4. Алешков А. В. Функциональные продукты премиум класса – дальневосточникам / А. В. Алешков, К. Г. Земляк, А. В. Сех, Н. С. Горбачева // Инновационные технологии производства продуктов общественного питания : сб. науч. трудов по материалам I Межрегиональной науч.-практич. конференции. Владивосток. 2013. С. 64–69.
5. ГОСТ Р 52349-2005 Продукты пищевые. Продукты пищевые функциональные. Термины и определения [Электронный ресурс] // <http://vsegost.com/Catalog/21/2161.shtml>
6. Санитарно-эпидемиологические правила и нормативы СанПиН 2.3.2.1078-01 «Гигиенические требования безопасности и пищевой ценности пищевых продуктов» : утв. Главным государственным санитарным врачом РФ 06.11.2001 г. (с изм. и доп.) // СПС «Гарант».
7. Единые санитарно-эпидемиологические и гигиенические требования к товарам, подлежащим санитарно-эпидемиологическому надзору (контролю) : утв. решением Комиссии Таможенного союза от 28.05.2010 г. № 299 // СПС «Гарант».
8. Заболеваемость всего населения России в 2013 году : стат. материалы / под ред. Г. А. Александровой, Г. С. Лебедева, Е. В. Огрызко, Н. А. Кадулиной. М., 2014. Ч. 1. 138 с.
9. Нормы физиологических потребностей в энергии и пищевых веществах для различных групп населения Российской Федерации : методические рекомендации. М. : Федеральный центр гигиены и эпидемиологии Роспотребнадзора, 2009. 36 с.
10. Сичкарь А. А. Термический анализ стабильности смеси диклофенака натрия и глюкозамина гидрохлорида [Электронный ресурс] / А. А. Сичкарь // [http://www.rusnauka.com/ESPR\\_2006/Chimia/4\\_sichkar\\_%20a.a..doc.htm](http://www.rusnauka.com/ESPR_2006/Chimia/4_sichkar_%20a.a..doc.htm)
11. Алешков А. В. Маркетинг поликомпонентных полуфабрикатов : региональный аспект / А. В. Алешков // Региональный рынок товаров и услуг : инновационные технологии и организация бизнеса : материалы международной науч.-практич. конференции. Хабаровск : РИЦ ХГАЭП, 2008. С. 213–215.