

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://stuservis.ru/nauchno-issledovatel'skaya-rabota/122991>

Тип работы: Научно-исследовательская работа

Предмет: Товароведение

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ 3

1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ИДЕНТИФИКАЦИИ И ТОВАРОВЕДНОЙ ОЦЕНКИ КАЧЕСТВА БЕЗОПАСНОСТИ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ТОВАРОВ НА ПРИМЕРЕ МОЛОЧНЫХ ИЗДЕЛИЙ 5

1.1 Изучение ассортимента и принципов классификации молочных изделий 5

1.2 Факторы, формирующие качество молочных изделий 6

1.3 Методика анализа ассортимента и оценки качества молочных изделий 8

2 ПРАКТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ИДЕНТИФИКАЦИИ И ТОВАРОВЕДНОЙ ОЦЕНКИ КАЧЕСТВА БЕЗОПАСНОСТИ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ТОВАРОВ НА ПРИМЕРЕ МОЛОЧНЫХ ИЗДЕЛИЙ 11

2.1 Состояние рынка производства и потребления молочных изделий 11

2.2 Анализ ассортимента молока 14

2.3 Оценка качества молока 18

3 ПРОБЛЕМЫ И НАПРАВЛЕНИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ИДЕНТИФИКАЦИИ И ТОВАРОВЕДНОЙ ОЦЕНКИ КАЧЕСТВА БЕЗОПАСНОСТИ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ТОВАРОВ НА ПРИМЕРЕ МОЛОЧНЫХ ИЗДЕЛИЙ 21

ЗАКЛЮЧЕНИЕ 24

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ 26

должны направляться в лабораторию, не входящую в систему получателя или поставщика. [23]

Пробы для лабораторных исследований снабжают сопроводительными документами с указанием наименования предприятия, выработавшего продукт, ГОСТа или ТУ на продукт, наименования и сорта продукта, температуры продукта в момент отбора средней пробы. Исследования должны быть проведены не позднее 4 ч со времени отбора пробы. [7]

2 ПРАКТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ИДЕНТИФИКАЦИИ И ТОВАРОВЕДНОЙ ОЦЕНКИ КАЧЕСТВА БЕЗОПАСНОСТИ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ТОВАРОВ НА ПРИМЕРЕ МОЛОЧНЫХ ИЗДЕЛИЙ

2.1 Состояние рынка производства и потребления молочных изделий

Проанализируем состояние рынка производства и потребления молока в России.

Доли импортного и отечественного молока в России в 2019 году представлены на рисунке 1.

Рисунок 1 – Структура рынка молока импортного и отечественного производства

Собственное молоко составило 82% от общего результата. Это хороший результат, он лучше чем в 2018 году. Российский рынок молока начинает оправляться от санкций, хотя о полном выздоровлении речи не идет. Если говорить о товарном молоке (том, которое мы видим на полках) – здесь доля импорта составляет 25%.

Проанализируем динамику потребления молока на душу населения в 2019 году в килограммах.

Рисунок 2 - Проанализируем динамику потребления молока на душу населения в 2019 году в килограммах

Анализируя динамику потребления молока на душу населения в России, можно сделать вывод, что в период с 2016 года по 2018 год наблюдается спад потребления молока. Так в 2018 году по сравнению с 2017 годом произошло снижение потребления молока на 2,1 кг, значение потребление молока на душу населения в 2017 году составило 68,96 кг. В 2019 году произошел рост потребления, показатель составил 75,86 кг, что

на 6,9 кг больше, чем в предыдущем году. [8]

Основной спрос на фасованное молоко рождается в городах. Именно на жителей городов направлено внимание производителей молочной продукции, так как они являются локомотивом роста уровня потребления молока и молочных продуктов. Сельское население потребляет не меньше молока, чем городские жители, даже больше, но обычно они не являются субъектами «официального» молочного рынка. Обычно покупки совершают женщины, возраст - 25-70 лет. Молоко покупают 2-3 раза в неделю. Наиболее популярной тарой является твердая упаковка (картонный пакет). На втором месте пластиковая бутылка. Замыкает тройку лидеров полиэтиленовый пакет. Премиум сегмент обычно фасуется в стеклянные бутылки. Они могут отличаться необычной формой.

Потребители отдают предпочтение пастеризованному молоку, на втором месте - стерилизованное молоко. За ними следуют ультрапастеризованное и топленое молоко. При выборе молока потребители сначала смотрят на срок годности, потом на бренд, цену, жирность и упаковку.

Еще одной особенностью является то, что молоко – базовый продукт. Его используют при готовке, добавляют в кофе и чай. Это сказывается на устойчивости молока к кризисам. Потребители могут менять ценовой сегмент продукции, но они не перестают покупать молоко (в отличие от шоколада, молочных десертов, йогуртов и т. д.).

Ценовая сегментация молочной продукции трансформировалась под давлением кризиса. Результаты сегментации молока в России представлены на рисунке 3.

Рисунок 3 – Сегментация молока в России

Низкоценовой сегмент продукции увеличился и составил 43% (в денежном выражении), среднеценовой – 38%. Премиум сегмент наоборот сократился до 19%. Рост количества товаров низкого и среднего сегмента происходит из-за частных марок ритейлеров, которые в 2019 году реализовали на 15% больше продукции чем в 2018. Всё это подтверждает, что покупатели не отказываются от молока, но ищут более выгодное соотношение цены и качества. [15]

2.2 Анализ ассортимента молока

Проведем анализ ассортимента молока. Рассмотрим основных производителей, реализующих молоко на рынке России.

Слоган «Простоквашино» – «До свежего молока рукой подать!», бренд принадлежит компании «Danone». Бренд существует с 2002 года, и строится вокруг героев книги Эдуарда Успенского и одноименного мультфильма – «Дядя Фёдор, пёс и кот». Выбрать этих героев было правильным и успешным решением, так как рекламной кампанией служил мультфильм, на котором выросло несколько поколений детей. Образ Матроскина – очень органичный, он был любимым персонажем, возможно, именно поэтому кот стал лицом бренда. Второй причиной стало то, что по сюжету мультфильма Матроскин был инициатором заведения коровы и производства молока. [17]

Горизонтальные синие линии на этикетке напоминают тельняшку Матроскина. Все рекламные коммуникации бренда строятся вокруг идеи о свежем молоке.

Бренд «Домик в деревне» является одним из топовых продуктов компании «Вимм-Билль-Данн» и самым успешным молочным брендом компании. Если «Простоквашино» делает упор на свежесть продуктов, то «Домик в деревне» на натуральность. У этой марки тоже литературное происхождение. Название – среднее арифметическое между пушкинским «Домиком в Коломне» и тургеневским «Месяцем в деревне».

Этот бренд позиционируется как простая качественная пища «как в деревне, у бабушки», которая доступна в городе. На упаковке изображены зелёные луга, с коровами и деревянный дом, берёза – символ России. Кроме того, изображена бабушка, именно с ней ассоциируются хорошие воспоминания о деревенских каникулах, вкусной еде, теплом лете. Бабушка – центральный элемент рекламных кампаний бренда. «Весёлый молочник»

История этого бренда началась в Сибири, в начале 2000 года, на заводах «Вимм-Билль-Данн». С того момента прошло уже 16 лет, сегодня бренд разросся далеко за пределы Сибири. «Весёлый молочник» – это местное сырье. Где бы вы ни купили молоко можно быть уверенными, что именно в этом регионе оно и было произведено. Бренд акцентирует внимание на отсутствии консервантов и каких-либо добавок, которые не имеют отношения к молоку. «Весёлый молочник» дарит радость. Бренд доказывает, что даже обычные

продукты могут поднять настроение и изменить всё к лучшему, если они от «Веселого молочника». В отличие от двух предыдущих брендов концепция бренда «Весёлый молочник» строится не вокруг качества продукта, а вокруг самого персонажа. А уже он сам делает жизнь людей лучше, потому что любит свое дело и своих коров. Именно поэтому слоганом бренда является фраза «Весёлый молочник создает хорошее настроение». Главным персонажем упаковки является нарисованный молочник в колпаке, фартуке и красной клетчатой рубашке. Он добрый, милый, все вокруг в восторге от этого персонажа и доверяют ему. Люди забывают о том, как именно производится молоко. Это значит, что такая модель работает. «Valio». Финский бренд был необычайно популярен в России, но санкции немного повлияли на эти успехи. С рынка компания не ушла, но теперь на полках только продукция, которая была сделана на территории РФ. «Valio» отличается подходами к продукции, которые на голову выше, чем у отечественных марок. У бренда есть линейки молока без лактозы и глютена.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

- 1) ФЗ РФ от 07.02.1992 N 2300-1 (ред. от 18.04.2018) «О защите прав потребителей»
- 2) ФЗ «О качестве и безопасности пищевых продуктов» от 02.01.2000 N 29-ФЗ (последняя редакция)
- 3) ГОСТ 31450-2013 Молоко питьевое. Технические условия
- 4) ГОСТ Р 52054-2003 «Молоко коровье сырое. Технические условия»
- 5) СанПиН 2.3.2.1324-03 «Гигиенические требования к срокам годности и условиям хранения пищевых продуктов»
- 6) Абоимова Н.Э. Организация и технология розничной торговли: учебник для учреждений нач. проф. образования / Н.Э. Абоимова. — М.: Издательский центр «Академия», 2013. — 256 с
- 7) Базарова В.И., Боровикова Л.А. и др. Учебник. - М.: Исследования продовольственных товаров. М.: Экономика, 2015. - 350с.
- 8) Вилкова, С.А. Товароведение и экспертиза хозяйственных товаров: Учебно-практическое пособие / С.А. Вилкова. - М.: Дашков и К, 2015. - 500 с.
- 9) Дубцов Г.Г. Товароведение продовольственных товаров: учебник для студ. учреждений сред. проф. образования / Г.Г. Дубцов. — 4-е изд., стер. — М.: Издательский центр «Академия», 2016.— 336 с.
- 10) Красина Ф.А. Управление персоналом: Учебное пособие. — Томск: Томский межвузовский центр дистанционного образования, 2014. — 177 с.
- 11) Кременевская М.И. Товароведение и экспертиза продовольственных товаров: Учеб.-метод. пособие. - СПб.: Университет ИТМО, 2015. - 97 с
- 12) Коммерческая деятельность: учеб. пособие для студентов, обучающихся по направлениям подготовки 38.03.06 «Торговое дело» профили «Коммерция», «Торговая реклама» и 38.03.02 «Менеджмент» профили «Маркетинг», «Менеджмент организаций торговли» / [авт.-сост. В.И. Бросалин, Н.Н. Крылова]. – Саратов: Саратовский социально-экономический институт (филиал) РЭУ им. Г.В. Плеханова, 2016. – 92 с.
- 13) Коммерческая деятельность : учебник для бакалавров / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, С. В. Земляк, В. В. Синяев. — М.: Издательство Юрайт, 2016. — 506 с.
- 14) Магомедов, А. М. Экономика организаций торговли: учебник для вузов / А. М. Магомедов. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 323 с.
- 15) Мальцева, С. В. Инновационный менеджмент : учебник для академического бакалавриата / под ред. С. В. Мальцевой. — М.: Издательство Юрайт, 2015. — 527 с.
- 16) Маслова, В. М. Управление персоналом: учебник и практикум для академического бакалавриата / В. М. Маслова. — 2-е изд., перераб. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2016. — 492 с.
- 17) Основы коммерческой деятельности : учебник для среднего профессионального образования / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, С. В. Земляк, В. В. Синяев. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 506 с.
- 18) Памбухчиянц О. В. Технология розничной торговли: Учебник / О. В. Памбухчиянц. — 9 е изд., перераб. и доп. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. — 288 с.
- 19) Товароведение продовольственных товаров: краткий курс лекций для студентов 3 курса направления подготовки 38.03.06 Торговое дело / Сост.: Н.А. Колотова // ФГБОУ ВПО «Саратовский ГАУ». – Саратов, 2016. – 108 с.
- 20) Товароведение и организация торговли непродовольственными товарами: учебник/ под ред. А.Н. Неверов, Т.И. Чалых, С.С. Шипилова – ПрофОбрИздат, 2015- 464с.
- 21) Товароведение продовольственных товаров: краткий курс лекций для студентов 3 курса направления подготовки 38.03.06 Торговое дело / Сост.: Н.А. Колотова // ФГБОУ ВПО «Саратовский ГАУ». – Саратов, 2016.

– 108 с.

22) Управление персоналом: учеб.-метод. пособие / И.Б. Тесленк; Владим. гос. ун-т им. А. Г. и Н. Г. Столетовых. – Владимир: Изд-во ВлГУ, 2015. – 80 с.

23) Финансы: учебник / коллектив авторов; под ред. Е. В. Маркиной. — 2-е изд., стер. — М.: КНОРУС, 2016. — с. 308-311

24) Фомин, Г. П. Экономико-математические методы и модели в коммерческой деятельности: учебник для бакалавров / Г. П. Фомин. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 462 с.

25) Ходыкин А.П., Ляшко А.А., Волошко Н.И., Товароведение непродовольственных товаров: учебник / А.П. Ходыкин, А.А. Ляшко, Н.И. Волошко. - Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2016. - 540с.

26) Шакланова, Р. И. Экономика торговой отрасли: учебник для бакалавров / Р. И. Шакланова, В. В. Юсова. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 468 с.

27) Шепелев А.Ф., Кожухова О.И. Товароведение и экспертиза плодоовощных товаров. – Ростов – на – Дону.: Учебное пособие, 2014.- 145 с.

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://stuservis.ru/nauchno-issledovatelskaya-rabota/122991>