

Здравствуйтесь, уважаемые члены государственной аттестационной комиссии. Вашему вниманию представляется выпускная квалификационная работа на тему **«Товароведная характеристика и экспертиза качества кисломолочных изделий на примере торгового предприятия».**

Итак, **целью** дипломной работы является изучение товароведной характеристики кисломолочных продуктов и проведение экспертизы качества сметана различных образцов

Актуальность темы состоит в том, что сметана полезный и калорийный продукт, любимый россиянами.

Итак, качество товаров является одной из основополагающих характеристик, оказывающих решающее влияние на создание потребительских предпочтений и формирование конкурентоспособности. Под качеством пищевых продуктов понимают совокупность свойств, отражающих способность продукта обеспечивать органолептические характеристики, потребность организма в пищевых веществах, безопасность его для здоровья, надежность при изготовлении и хранении. Основными свойствами продовольственных товаров, которые определяют их полезность и способность удовлетворять потребности человека в питании, являются пищевая ценность, физические и вкусовые свойства и сохраняемость.

Далее отметим, что благодаря большому содержанию жира сметана - весьма питательный продукт, поэтому ее рекомендуют для питания истощенных и малокровных больных, страдающих плохим аппетитом и пищеварением. Она дает длительное чувство сытости. Богата сметана и витамином А (0,3 миллиграмм процента). Содержатся в ней витамин Е и некоторые витамины группы В. В сметане есть значительное количество жироподобного вещества - лецитина, который имеет большое значение для профилактики атеросклероза. Лецитин поддерживает холестерин в растворенном состоянии и тем самым препятствует отложению на стенках сосудов белково-холестериновых соединений, обуславливающих развитие атеросклероза.

В свою очередь, к факторам, влияющим на формирование качества сметаны, относят: качество используемого сырья, технологию производства, качество упаковочных материалов, продолжительность и условия хранения.

Далее на основании наших исследований можно дать несколько советов покупателям. При покупке сметаны следует помнить:

- если срок годности сметаны увеличен или в ее состав входят компоненты не молочного происхождения, то этот продукт сметаной не является;
- хорошая сметана должна иметь ровную, густую консистенцию и высокое содержание молочного жира;

- если в разведенной сметане попадаются комочки, значит, ее смешали с творогом, предварительно разведенным кефиром;
- сметана низкой жирности пригодна только для заправки салатов или супов, но она не годится для приготовления горячих блюд, например жульенов. От высокой температуры нежирная сметана сворачивается, выделяя сыворотку.

Также в связи с расширением ассортимента и высокой конкуренцией, повысились требования к уровню товароведных знаний товароведов и продавцов. Они должны иметь прочные знания по вопросам ассортимента, стандартизации, качества, способов и режимов хранения, вырабатывать умения оценивать качество товаров при приёмке от поставщиков и производителей.

Таким образом, требования технических регламентов и Федеральных законов должны выполняться и производителями и реализаторами, тогда не будет фальсификата на прилавках наших магазинов.

Итак, целью деятельности АО является хозяйственная деятельность, направленная на извлечение прибыли, удовлетворение социально-экономических интересов учредителя и членов трудового коллектива Обществом. Определение органолептических показателей проводим по требованиям ГОСТ Р 52092-2003 «Сметана. Технические условия» В сметане определяем внешний вид упаковки, ее аккуратность и эстетичность оформления, соответствие требованиям маркировки, а также внешний вид, вкус и запах, цвет и консистенцию.

В результате исследования образцов сметаны можно сделать выводы:

- что все отобранные образцы имеют красочно оформленную упаковку. Маркировка молочной продукции размещена непосредственно на потребительской упаковке. Информация четкая и легко читаемая. Текст маркировки нанесен на русском языке. Маркировка соответствует требованиям ФЗ-№88 «Технический регламент на молоко и молочную продукцию».
- что указанная на маркировке энергетическая ценность, не соответствует.

Также в результате органолептических исследований, было установлено, что образцы «Бежин луг» и «Простоквашино» по внешнему виду, консистенции, вкусу, запаху и цвету отклонений не имеют и соответствуют органолептическим показателям по требованиям ГОСТ Р 52092-2003 «Сметана. Технические условия». Образец сметаны производства ОАО «ДМЗ» имеет несоответствия органолептическим показателям по требованиям ГОСТ Р 52092-2003 «Сметана. Технические условия».

Итак, проведем оценку качества сметаны по физико-химическим показателям в соответствии с требованиями ГОСТ Р 52092-2003 «Сметана. Технические условия». В результате физико-химических исследований было установлено, что во всех образцах содержание жира на уровне 20%, образец сметаны ОАО «ДМЗ» имеет повышенную кислотность.

Далее в связи с вытекающими из работы выводами, были сформулированы следующие предложения:

1. В области управления ассортиментом администрации магазина АО «Тандер», магазин «Магнит» необходимо направить свои усилия на обновление ассортимента, что позволит повысить уровень продаж.
2. Обновление ассортимента магазина произвести путем поиска новых поставщиков сметаны отечественного и зарубежного производства с новыми видами торговых марок и с новыми потребительскими свойствами.
3. Продолжать поддерживать имидж магазина, который реализует только качественную сметану отечественного и зарубежного производства.
4. Разработать систему скидок на приобретение сметаны, проводить акции-презентации с раздачей бесплатных образцов и дегустаций.
5. Для более эффективной и качественной работы магазина требуется замена старого торгового оборудования на более современное, энергосберегающее и эстетичное.

Итак, комплексный подход к проблемам реализации продукции обеспечит по-настоящему устойчивое положение магазина на рынке и гарантирует коммерческий успех. Такой подход включает в себя:

1. проведение предварительного анализа рынков, изучение запросов отдельных категорий покупателей, выяснение возможностей для реализации товаров и услуг;
2. важно, чтобы продукция имела адресность, т. е. была нацелена на определенную категорию потребителей и отвечала их запросам; осуществление эффективной рекламной политики, целенаправленное воздействие на потребителей, при этом важно правильно выбрать форму рекламы, ее интенсивность, характер, направленность на основе учета психологических особенностей;
3. проведение ценовой политики с учетом платежеспособного спроса потребителей. Фактор цены во многих случаях является ключевым при принятии решения о покупке тех или иных видов товаров, особенно потребительского назначения;
4. проведение маркетинговых исследований и выработка перспективной стратегии магазина.

Таким образом, полное удовлетворение запросов потребителей обеспечивает АО «Тандер», магазин «Магнит» устойчивые конкурентные позиции и способствует развитию.

Таким образом, Цель работы достигнута.

Спасибо за внимание! Доклад окончен.