Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение
высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Торгово-экономический институт
Кафедра товароведения и экспертизы товаров

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой
_____ И. В. Кротова
«03» 06 2016 г.

ДИПЛОМНАЯ РАБОТА

080401.65 Товароведение и экспертиза товаров (в сфере производства и обращения сельскохозяйственного сырья и продовольственных товаров)

Товароведная оценка качества хлебобулочных изделий различных производителей

Научный руководитель	_____	доцент, канд. биол. наук	Г. Р. Рыбакова
Выпускник	_____		Н. П. Мячина
Рецензент	_____	доцент, канд. биол. наук каф. "Теории и методики медико-биологических основ и БЖ КГПУ им. В.А. Астафьева	Т. В. Колпакова
Консультант	_____	доцент, канд. экон. наук	О. Г. Алешина

Нормоконтролер _____ Г. Р. Рыбакова

Красноярск 2016

Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение
высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Торгово-экономический институт
Кафедра товароведения и экспертизы товаров

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой

_____ И. В. Кротова

«____» _____ 2016 г.

ДИПЛОМНАЯ РАБОТА

080401.65 Товароведение и экспертиза товаров (в сфере производства и обращения сельскохозяйственного сырья и продовольственных товаров)

Товароведная оценка качества хлебобулочных изделий различных производителей

Научный руководитель _____ доцент, канд. биол. наук Г. Р. Рыбакова

Выпускник _____ Н. П. Мячина

Рецензент _____ доцент, канд. биол. наук Т. В. Колпакова
каф. "Теории и методики медико-биологических основ и БЖ КГПУ им. В.А. Астафьева

Консультант _____ доцент, канд. экон. наук О. Г. Алешина

Нормоконтролер _____ Г. Р. Рыбакова

Красноярск 2016

РЕФЕРАТ

Выпускная квалификационная работа по теме «Товароведная оценка качества хлебобулочных изделий различных производителей» содержит 92 страницы текстового документа, 19 таблиц, 40 использованных источников литературы, 12 рисунков.

ХЛЕБОБУЛОЧНЫЕ ИЗДЕЛИЯ, ОРГАНОЛЕПТИЧЕСКИЕ И ФИЗИКО-ХИМИЧЕСКИЕ ПОКАЗАТЕЛИ КАЧЕСТВА, УПАКОВКА, МАРКИРОВКА.

Объект исследования – хлебобулочные изделия.

Целью работы являлась товароведная оценка качества хлебобулочных изделий различных производителей.

В соответствии с целью, в работе решали поставленные задачи:

– проведение анализа состояния упаковки и маркировки исследуемых образцов;

– органолептическое исследование качества образцов;

– определение физико-химических характеристик исследуемых образцов;

– сопоставление полученных результатов с требованиями нормативной документации;

– маркетинг-план предприятия на примере ООО «Розница К-1».

Результаты проведенного исследования в работе выявили ряд несоответствий у отдельных образцов продукции требованиям Технического регламента и стандартов.

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ……..…7
ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ……..…9
1 Аналитический обзор литературы 9
1.1 Пищевая ценность и химический состав хлебобулочных изделий 9
1.2 Факторы, формирующие качество хлебобулочных изделий 11
1.2.1 Сырье..... 11
1.2.2 Технология производства 12
1.3 Классификация и новые направления в ассортименте хлебобулочных изделий..... 22
1.4 Требования, предъявляемые к качеству хлебобулочных изделий .....**Ошибка! Закладка не определена.**
1.5 Факторы, сохраняющие качество хлебобулочных изделий.....**Ошибка! Закладка не определена.**
2 Материалы и методы исследования....**Ошибка! Закладка не определена.**
2.1 Объекты исследования.....**Ошибка! Закладка не определена.**
2.2 Методы исследования качества сушек**Ошибка! Закладка не определена.**
2.2.1 Порядок анализа состояния упаковки и маркировки сушек....**Ошибка! Закладка не определена.**
2.2.2 Органолептические методы оценки качества сушек 42
2.2.3 Физико-химические методы исследования сушек**Ошибка! Закладка не определена.**
3 Результаты собственного исследования**Ошибка! Закладка не определена.**
3.1 Анализ состояния упаковки и маркировки исследуемых образцов сушек.....**Ошибка! Закладка не определена.**
3.2 Органолептические показатели качества сушек 51
3.3 Физико-химические показатели качества сушек 55

4Маркетинг-план предприятия на примере ООО «Розница К-1»…….58
4.1 Понятие, принципы, направления и задачи планирования в маркетинге ..... **Ошибка! Закладка не определена.**
4.2 Общая характеристика ООО «Розница К-1» ..... **Ошибка! Закладка не определена.**
4.3 Общая характеристика внешней среды супермаркета «Мария-Ра» ООО «Розница К-1» ..... **Ошибка! Закладка не определена.**
4.4 Цели, этапы разработки плана маркетинга ООО «Розница К-1» ..... **Ошибка! Закладка не определена.**
4.5 Разработка мероприятий плана маркетинга ООО «Розница К-1» ..... **Ошибка! Закладка не определена.**
ЗАКЛЮЧЕНИЕ…….....86
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ……..……89

ВВЕДЕНИЕ

Хлеб является повседневным, доступным каждому продуктом питания, содержит практически все питательные вещества, необходимые для жизни. В случае необходимости человек может питаться им долгое время безо всякого ущерба для здоровья. За всю жизнь человек съедает в общей сложности 15 тонн хлеба. Ассортимент хлебобулочных изделий в России уникален – разработано и освоено промышленностью свыше 700 наименований и постоянно появляются новые сорта.

Изделия из смеси ржаной и пшеничной муки являются традиционными хлебобулочными изделиями для российского покупателя. История изготовления ржано-пшеничных сортов хлеба насчитывает несколько сотен лет. В настоящее время наращивание производства хлеба ржаного и из смеси ржаной и пшеничной муки весьма актуально. И первостепенной задачей в его производстве является расширение ассортимента, а также повышение потребительских достоинств и качества продукции.

По данным Роспотребнадзора качество хлебобулочных изделий в России снижается. Основная причина выпуска нестандартной хлебобулочной продукции – это использование муки с низкими хлебопекарными свойствами, с пониженным содержанием клейковины, с повышенной кислотностью и влажностью.

Качество хлеба, применительно к принятому международному определению этого понятия, есть совокупность свойств и характеристик этого продукта питания, которые придают ему способность удовлетворять конкретные потребности человека. С хлебом организм человека естественным образом получает полезные вещества, необходимые для жизнедеятельности, в первую очередь белки, усвояемые углеводы, витамины, минеральные вещества и пищевые волокна, которые поступают в него с мукой. Хлебобулочные изделия при среднесуточном среднедушевом их потреблении 330 г являются в настоящее время для россиянина источником

растительного белка (30-40 % суточной потребности), энергии, которую он получает в основном за счет усвояемых углеводов (30-40 % суточной потребности), витаминов группы В, а также ниацина, целого ряда микро- и макроэлементов, пищевых волокон (20-30 % суточной потребности) .

Производством хлебобулочных изделий занимаются различные предприятия хлебопекарной промышленности - хлебозаводы, пекарни, а также предприятия общественного питания.

Целью основной части дипломной работы явилась сравнительная товароведная оценка качества хлебобулочных изделий на примере десяти образцов сушек, реализуемых в городе Красноярске.

Задачами данной дипломной работы являются:

– исследование состояния упаковки и маркировки сушек;

– оценка органолептических показателей качества исследуемых образцов;

– определение физико-химических показателей качества сушек;

– сопоставление полученных данных требованиям нормативной документации;

– рассмотреть маркетинговую деятельность предприятия ООО «Розница К-1», проанализировать внешнюю среду предприятия;

– Предложить мероприятия разработки плана маркетинга ООО «Розница К-1».

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Технический Регламент Таможенного Союза. ТР ТС 005/2011. О безопасности упаковки [Электронный ресурс]: утв. решением Комиссии Таможенного Союза от 16 августа 2011 г. № 769. – Режим доступа: http: // tsouz.ru.
2. Технический регламент Таможенного Союза. ТР ТС 021/2011. О безопасности пищевой продукции [Электронный ресурс]: утв. решением Комиссии Таможенного Союза от 9 декабря 2011 г. № 880. – Режим доступа: http: // tsouz.ru.
3. Технический регламент Таможенного Союза. ТР ТС 022/2011. Пищевая продукция в части ее маркировки [Электронный ресурс]: утв. решением Комиссии Таможенного Союза от 9 декабря 2011 г. № 881. – Режим доступа: http : // tsouz.ru.
4. ГОСТ 5667–65. Хлеб и хлебобулочные изделия. Правила приемки, метод отбора образцов, методы определения органолептических показателей и массы изделий. – Введ. 01.01.1966. – Москва: Изд-во стандартов, 2006. – 15 с.
5. ГОСТ 5669–96. Хлеб и хлебобулочные изделия. Метод определения пористости. – Взамен ГОСТ 5669-51; введ. 01.08.1997. – Москва: Изд-во стандартов, 2006. – 4 с.
6. ГОСТ 5670–96. Хлеб и хлебобулочные изделия. Методы определения кислотности. – Взамен ГОСТ 5670-51; введ. 01.08.1997. – Москва: Изд-во стандартов, 2006. – 7 с.
7. ГОСТ 21094–75. Хлеб и хлебобулочные изделия. Метод определения влажности. - Взамен ОСТ 5540 в части п.111. – Москва: Изд-во стандартов, 2006. – 4 с.
8. ГОСТ 32124 – 2013 Изделия хлебобулочные бараночные. Общие технические условия. – Введ. 01.06.2014. – Москва: Издательство стандартов, 2014. – 26 с.

9. Азоев, Г. Л. Маркетинговые исследования : учеб. пособие / Г. Л. Азоев, Е. А. Михайлова. – Москва : Финстатинформ, 2009. – 124 с.
10. Акулич, И. Л. Маркетинг : учеб. пособие / И. Л. Акулич, И. З. Гречиков. – Минск : Интерпрессервис, Мисанта, 2013. – 397 с.
11. Анн, Х. Маркетинг: учебник для вузов. 3-е изд./ Х. Анн, Г.Л. Багиева, В.М. Тарасевич – Санкт-Петербург: Питер, 2011. – 736 с.
12. Афанасьев, М.П. Маркетинг: Стратегия и практика фирмы : учебник / М.П. Афанасьев. – Москва: Финстат, 2009. - 324 с.
13. Багиев, Л. Г. Маркетинг: учебник для вузов / Г. Л. Багиев, В. М. Тарасевич, Х. Анн. –-3-е изд., перераб. и доп. – Москва: Экономика, 2014. – 153 с.
14. Барышев, А.Ф. Маркетинг: учебник/ А.Ф. Барышев. – 2-е изд.- Москва: Академия, 2012. - 208с.
15. Бернет, Дж. Маркетинговые коммуникации: интегрированный подход : учебник / Дж. Бернет. – Санкт-Петербург: Питер, 2011. – 414 с.
16. Бронникова, Т. С. Маркетинг: учеб. пособие / Т.С. Бронникова, А.Г. Чернявский.- Таганрог: ТПР, 2009.- 347 с.
17. Быховец, С.Н. Управление ассортиментом в системе маркетинга производственного предприятия / С.Н.Быховец // Маркетинг и маркетинговые исследования.-2014. - №1. - С.4-11.
18. Ващекина, Н.П. Маркетинг: учебник/ Н.П. Ващекина. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва: ИД ФБК-ПРЕСС, 2014. – 562 с.
19. Годин, А.М. Маркетинг: учебник / А.М. Годин. – Москва: Дашков и Ко, 2013. – 604 с.
20. Голубков, Е.П. Маркетинговые исследования: теория, методология и практика : учебник / Е.П. Голубков. 2-е изд., перераб. и доп. – Москва: Финпресс, 2010. – 464 с.
21. Голубков, Е. П. Основы маркетинга : учебник / Е. П. Голубков. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва: Финпресс, 2013. – 688 с.

22. Губаненко, Г. А. Безопасность продовольственного сырья и пищевых продуктов: учебное пособие для вузов / Г. А. Губаненко, Л. Г. Макарова, Е.А. Речкина. – Красноярск : Печатные технологии, 2005. – 108с.
23. Ибрагимова, Р. Маркетинговый анализ развития предприятия: глобальный подход / Р. Ибрагимова // Маркетинг. – 2014. – № 4. – С. 35-45.
24. Иванова, Т.Н. Товароведение и экспертиза зерномучных товаров: учебник / Т.Н. Иванова. - Москва: Академия, 2004. – 288 с.
25. Ильина, О.М. Управление качеством хлеба, муки и зерна / О.М. Ильина // Хлебопродукты. – 2005. - № 12 . – С.18-21.
26. Каменева, Н. Г. Маркетинговые исследования : учеб. пособие (по специальности "Маркетинг") / Н. Г. Каменева, В. А. Поляков. - Москва: Вузовский учебник, 2011.- 438 с.
27. Котлер, Ф. Основы маркетинга : пер. с англ. / Ф. Котлер, Г. Армстронг. – 9-е изд. – Москва : Вильямс, 2013. – 1200 с.
28. Ламбен, Ж.-Ж. Стратегический маркетинг : учебник / Ж.-Ж. Ламбен.- Санкт-Петербург: Наука, 2012.- 753 с.
29. Лебедев, О. Т. Основы маркетинга: учеб. пособие / О. Т. Лебедев, Т. Ю. Филиппова. – Санкт-Петербург: МиМ, 2012. – 224 с.
30. Лебедева, О.А. Маркетинговые исследования рынка / О.А. Лебедева. - Москва: Форум, 2014. - 145 с.
31. Лушников, А. Стабильное качество – путь к успеху / А. Лушникова // Хлебопродукты. – 2004. - № 8 . – С.42 – 44.
32. Маркетинг: учебник / под ред. проф. Н. П. Ващекина. – 3-е изд., перераб. и доп. – Москва: ИД ФБК-ПРЕСС, 2010. – 312 с.
33. Нилова Л. П. Товароведение и экспертиза зерномучных товаров: учебник для вузов / Л. П. Нилова. – Санкт-Петербург: ГИОРД, 2005.– 411 с.
34. Реброва, Н. Маркетинговое информационное обеспечение процесса разработки корпоративных стратегий / Н. Реброва // Практический маркетинг. – 2013. - № 12. – С. 2-9.

35. Рукосуев, А. Н. Товароведение зерномучных и хлебобулочных товаров / А. Н. Рукосуев. – Москва: Экономика, 1979. – 319 с.
36. Соловьев, Б. А. Маркетинг : учебник / Б. А. Соловьев. - Москва: ИНФРА-М, 2014. - 383 с.
37. Товароведение зерномучных и кондитерских товаров: учебник для вузов / Н.А. Смирнова [и др.].- Москва: Экономика, 1989. - 352 с.
38. Чепелева, Г.Г. Функциональные добавки в хлебопечении: учеб. пособие / Г.Г. Чепелева: Краснояр. гос. торг.-экон. ин-т. - Красноярск, 2004. – 70 с.
39. Чепурной, И.П. Идентификация и фальсификация продовольственных товаров: учебник / И.П. Чепурной. – Москва: Дашков и К°, 2002. – 460 с.
40. Шепелев, А.Ф. Товароведение и экспертиза зерномучных и плодоовощных товаров: учебник / А.Ф. Шепелев [и др.]. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2002. – 224 с.

35. Рукосуев, А. Н. Товароведение зерномучных и хлебобулочных товаров / А. Н. Рукосуев. – Москва: Экономика, 1979. – 319 с.
36. Соловьев, Б. А. Маркетинг : учебник / Б. А. Соловьев. - Москва: ИНФРА-М, 2014. - 383 с.
37. Товароведение зерномучных и кондитерских товаров: учебник для вузов / Н.А. Смирнова [и др.].- Москва: Экономика, 1989. - 352 с.
38. Чепелева, Г.Г. Функциональные добавки в хлебопечении: учеб. пособие / Г.Г. Чепелева: Краснояр. гос. торг.-экон. ин-т. - Красноярск, 2004. – 70 с.
39. Чепурной, И.П. Идентификация и фальсификация продовольственных товаров: учебник / И.П. Чепурной. – Москва: Дашков и К°, 2002. – 460 с.
40. Шепелев, А.Ф. Товароведение и экспертиза зерномучных и плодоовощных товаров: учебник / А.Ф. Шепелев. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2002. – 224 с.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ
СПИСОК
ПРОВЕРЕН
ДАТА 30.05.2016

Заявление о согласии выпускника на размещение выпускной квалификационной работы в электронном архиве ФГАОУ ВО СФУ

1. Я, Мячина Наталья Павловна, студентка Торгово-экономического института, гр. ТВП-10-1 Федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования «Сибирский федеральный университет» (далее – ФГАОУ ВО СФУ), разрешаю ФГАОУ ВО СФУ безвозмездно воспроизводить и размещать (доводить до всеобщего сведения) написанную мною в рамках выполнения образовательной программы дипломную работу специалиста на тему: «Товароведная оценка качества хлебобулочных изделий различных производителей» в открытом доступе на веб-сайте СФУ, таким образом, чтобы любой пользователь данного портала мог получить доступ к выпускной квалификационной работе (далее – ВКР) из любого места и в любое время по собственному выбору, в течение всего срока действия исключительного права на выпускную работу.
2. Я подтверждаю, что выпускная работа написана мною лично, в соответствии с правилами академической этики и не нарушает авторских прав иных лиц.

«08» 06 2016 г. _____

Подпись