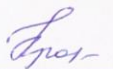


Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение
высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Торгово-экономический институт
Кафедра товароведения и экспертизы товаров

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой


 И. В. Кротова

« 03 » 06 2016 г.


ДИПЛОМНАЯ РАБОТА

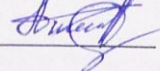
080401.65 Товароведение и экспертиза товаров (в сфере производства и обращения сельскохозяйственного сырья и продовольственных товаров)


Товароведная оценка качества йогурта, реализуемого в розничной торговой сети г. Красноярска

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

Выпускник  А.И. Королева

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 Н.В. Ананьева

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 йогурта, реализуемого в розничной торговой сети г. Красноярска

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

Выпускник _____ А.И. Королева

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 Н.В. Ананьева

Нормоконтролер _____ Г. Р. Рыбакова

Красноярск 2016

РЕФЕРАТ

Выпускная квалификационная работа по теме «Товароведная оценка качества йогурта, реализуемого в розничной торговой сети г. Красноярска» содержит 80 страниц текстового документа, 24 таблиц, 4 рисунка, 48 использованных источников литературы.

ЙОГУРТ, ОРГАНОЛЕПТИЧЕСКИЕ И ФИЗИКО-ХИМИЧЕСКИЕ ПОКАЗАТЕЛИ КАЧЕСТВА, УПАКОВКА, МАРКИРОВКА, РЕКЛАМА.

Объект исследования – йогурты.

Цель исследования – дать товароведную оценку качества йогурта, реализуемого в розничной торговой сети.

Задачи исследования:

- провести анализ состояния упаковки и маркировки;
- определить органолептические характеристики образцов;
- провести анализ физико-химических показателей качества;
- сопоставить полученные результаты с требованиями нормативных документов;
- провести анализ эффективности рекламной деятельности магазина "Гермес" ИП Бондаренко С. П.

Результаты проведенного исследования в работе не выявили несоответствий у исследуемых образцов продукции требованиям Технического регламента и стандартов. Проведен анализ эффективности рекламной деятельности магазина "Гермес" ИП Бондаренко С. П.

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	5
ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ.....	Ошибка! Закладка не определена.
1. Аналитический обзор литературы	Ошибка! Закладка не определена.
1.1 Состояние рынка	Ошибка! Закладка не определена.
1.2 Пищевая ценность и химический состав продукта	Ошибка! Закладка не определена.
1.3 Факторы, формирующие качество йогурта	Ошибка! Закладка не определена.
1.3.1 Характеристика сырья	Ошибка! Закладка не определена.
1.3.2 Технология производства	Ошибка! Закладка не определена.
1.4 Классификация и новые направления в ассортименте	Ошибка! Закладка не определена.
1.5 Требования, предъявляемые к качеству продукта	Ошибка! Закладка не определена.
1.6 Факторы, сохраняющие качество йогуртов	Ошибка! Закладка не определена.
1.6.1 Упаковка.....	Ошибка! Закладка не определена.
1.6.2 Условия и сроки хранения.....	Ошибка! Закладка не определена.
2. Материалы и методы исследования.....	Ошибка! Закладка не определена.
2.1 Характеристика объектов исследования	Ошибка! Закладка не определена.
2.2 Порядок анализа состояния упаковки и маркировки	Ошибка! Закладка не определена.
2.3 Органолептическая оценка.....	Ошибка! Закладка не определена.
2.4 Физико-химические методы исследования йогуртов	Ошибка! Закладка не определена.
2.4.1 Определение кислотности	Ошибка! Закладка не определена.
2.4.2 Определение массовой доли сухих веществ	Ошибка! Закладка не определена.
2.4.3 Определение соответствия массы нетто	Ошибка! Закладка не определена.
3. Собственные исследования и их обсуждения	Ошибка! Закладка не определена.
3.1 Анализ состояния упаковки и маркировки йогуртов	Ошибка! Закладка не определена.
3.2 Органолептическая оценка качества йогуртов	Ошибка! Закладка не определена.
3.3 Физико-химические показатели качества йогуртов	Ошибка! Закладка не определена.
4. Анализ эффективности рекламной деятельности магазина "Гермес" ИП Бондаренко С.П.	Ошибка! Закладка не определена.
4.1 Определение рекламы, ее виды и функции	Ошибка! Закладка не определена.
4.2 Определение, роль и особенности социальной рекламы	Ошибка! Закладка не определена.

4.3 Факторы, влияющие на процесс восприятия рекламы	Ошибка! Закладка не определена.
4.4 Организационно-экономическая характеристика магазина "Гермес" ИП Бондаренко С.П.	Ошибка! Закладка не определена.
4.4.1 Экономическая характеристика магазина «Гермес» ИП Бондаренко С.П.	Ошибка!
4.4.2 Анализ материально-технического оснащения	Ошибка! Закладка не определена.
4.3 Оценка эффективности рекламной деятельности торгового предприятия	Ошибка!
4.3.1 Оценка эффективности применяемых методов рекламы торгового предприятия	Ошибка! Закладка не определена.
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	Ошибка! Закладка не определена.
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ	8

ВВЕДЕНИЕ

Молочная промышленность является одной из важнейших отраслей агропромышленного комплекса по обеспечению населения продовольствием. Высокое качество сельскохозяйственной продукции является важным фактором повышения эффективности производства. Качество продукции рассматривается как главный признак конкурентоспособности предприятия, роста жизненного уровня страны, средство решения многих социальных задач. Кисломолочные продукты имеют большое значение в питании человека благодаря лечебным и диетическим свойствам, приятному вкусу, легкой усвояемости. Также являются важным компонентом питания людей всех возрастных категорий, особенно детей и подростков [45].

Кисломолочные напитки – это продукты, получаемые из цельного, обезжиренного, нормализованного молока или сливок путем внесения заквасок и создания условий для сквашивания нормализованной смеси и получения сгустка. При этом используются чистые культуры молочнокислых бактерий с добавлением или без добавления дрожжей или уксуснокислых бактерий. При производстве некоторых кисломолочных продуктов используются пищевые, вкусовые и ароматические вещества, что повышает их пищевую и диетическую ценность.

Среди кисломолочных напитков можно выделить в особую группу напитки с повышенной массовой долей сухих веществ. Типичным представителем кисломолочных напитков с повышенной массовой долей сухих веществ является йогурт [47].

Йогурт является одним из самых известных и популярных кисломолочных продуктов. Он сочетает в себе широкий спектр полезных свойств: способствует нормализации работы пищеварительной системы, улучшает микрофлору кишечника, благоприятно влияет на общее состояние организма, повышает иммунитет, улучшает состояние кожного покрова, костей и зубов.

Цель исследования – дать товароведную оценку качества йогурта реализуемого в розничной торговой сети.

Задачи исследования:

- провести анализ состояния упаковки и маркировки;
- определить органолептические характеристики образцов;
- провести анализ физико-химических показателей качества;
- сопоставить полученные результаты с требованиями нормативных документов;
- провести анализ эффективности рекламной деятельности магазина "Гермес" ИП Бондаренко С.П.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. ТР ТС 005/2011 О безопасности упаковки. – Утвержден комиссией Таможенного Союза от 16.08.2011. – Режим доступа: <http://tsouz.ru>.
2. ТР ТС 021/2011 О безопасности пищевой продукции. – Утвержден комиссией Таможенного Союза от 09.12.2011. – Режим доступа: <http://tsouz.ru>.
3. ТР ТС 022/2011 Пищевая продукция в части ее маркировки. – Утвержден комиссией Таможенного Союза от 09.12.2011. – Режим доступа: <http://tsouz.ru>.
4. ТР ТС 033/2013 О безопасности молока и молочной продукции – Утвержден комиссией Таможенного Союза от 09.10.2013. – Режим доступа: <http://tsouz.ru>.
5. ГОСТ 31981-2013 Йогурты. Общие технические условия. – Введ. 01.05.2014. – Москва: Изд-во стандартов, 2014. – 20 с.
6. ГОСТ 3624-92 Молоко и молочные продукты. Титриметрические методы определения кислотности . – Введ. 01.01.1994. Москва: Стандартинформ, 2009. – 8 с.
7. ГОСТ 3626-73 Молоко и молочные продукты. Методы определения влаги и сухого вещества. – Введ. 01.07.1974. –Москва: Стандартинформ, 2009. – 12 с.
8. ГОСТ 8.579-2002 Государственная система обеспечения единства измерений. Требования к количеству фасованных товаров в упаковках любого вида при их производстве, расфасовке, продаже и импорте. – Введ. 01.08.2004. — Москва: Изд-во стандартов, 2008. –11 с.
9. Абушева, А.Н. Реклама: стратегия и тактика/А.Н. Абушева. – Москва: ПРИОР, 2011. – 267 с.
10. Валовая, М.Д. 13 бесед о рекламе / М.Д. Валовая. – Москва: Нива XXI век, 2011. – 205с.

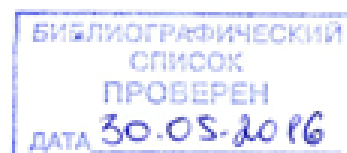
11. Виды рекламы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.narujkin.ru>.
12. Виды рекламы. Классификация рекламы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.adhard.ru/page-al-advclassification.html>
13. Викентьев, И.Л. Приемы рекламы и PR / И.Л. Викентьев. - Санкт-Петербург: Бизнес-пресса, 2013. – 512с.
14. Гермогенова, Л. Эффективная реклама в России / Л. Гермогенова. Москва: Экономика, 2011. – 115с.
15. Дейян, А. Реклама /А. Дейян. - Москва: Экономика, 2012. – 601с.
16. Дейян, А. Стимулирование сбыта и реклама на месте продажи /А. Дейян. - Москва: Прогресс, 2010. - 215с.
17. Джугенхаймер, Д. У. Основы рекламного дела / Д. У. Джугенхаймер, Г.И. Уайт. – Самара: Интро, 2013. - 304с.
18. Дмитриченко, М.И. Товароведение и экспертиза жиров, молока и молочных продуктов/ М.И. Дмитриченко. – Санкт-Петербург: Питер, 2014 – 356 с.
19. Информационно-аналитическое агентство «Социальная реклама. ру» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.socreklama.ru/analytics/glossary/index.php?ELEMENT_ID=377&phrase_id=13380
20. Картер, Г. Эффективная реклама / Г. Картер. - Москва: Прогресс, 2009. - 311с.
21. Ковалёва, А. В. Особенности социальной рекламы региональных некоммерческих организаций / А. В. Ковалева //Муниципалитетный мир, 2014. – №1-2
22. Корев, Е. Реклама в системе маркетинга: учеб. пособие / Е. Корев.– Москва: ПРИОР, 2010.-258с.
23. Котова, Е. А. Оценка качества биоогуртов, реализуемых в розничной торговой сети г. Красноярска / Е.А. Котова, Ю. В. Межевикина // Региональные производители: их место на современном рынке товаров и

- услуг : материалы 4 межрегиональной научно-практической конференции, 22 мая 2009 г. / Краснояр. гос. торг.-экон. ин-т. - Красноярск, 2009. - С. 217-221.
24. Кругляков, Г.Н. Коммерческое товароведение продовольственных товаров: учеб. пособие/ Г.Н. Кругляков, Г.В. Круглякова – Москва: Дашков и Ко. – 2007. – 400 с.
25. Кругляков, Г.Н. Товароведение молочных товаров и пищевых концентратов: учеб. пособие/ Г.Н. Кругляков, Г.В. Круглякова – Москва: Маркетинг. – 2001. – 488 с.
26. Лебедев А.Н. Экспериментальная психология в российской рекламе / А.Н. Лебедев, А.К. Боковиков. - Москва: Академия, 2012. - 177с.
27. Модели внушения, заражения и убеждения - как механизмы проявления социально-психологических явлений и процессов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.psyworld.ru/for-students/cards/general-psychology/989-2010-12-13-14-25-39.html>
28. Николаева, М. Н. Товарная экспертиза. – Москва: Деловая литература, 2011. – 220 с.
29. Николайшвили, Г. Г. Социальная реклама: Теория и практика. - 2-е изд., испр. и доп. - Москва: Аспект Пресс, 2012. – 344 с.
30. Николева М. А. Товароведение потребительских товаров.– Москва: Норма, 2004. – 102 с.
31. О тенденциях рекламного рынка: обзор [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.nrtm.ru>.
32. Орлова, С.А. Реклама в системе маркетинга/С.А. Орлова//Маркетинг и маркетинговые исследования. – 2012. - №11. – С.11.
33. Подходы к организации рекламной деятельности предприятия: обзор [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.7sl.ru>.
34. Продукты из обезжиренного молока, пахты, молочной сыворотки / Под ред. А.Г. Храмова, Г.Г. Нестеренко. – Москва: Пищевая промышленность, 2002. – 220 с.

35. Производство молочных продуктов: качество и эффективность. – Москва: Федеральный центр Госсанэпиднадзора Минздрава России, 2010. – 80 с.
36. Психологические особенности социальной рекламы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.agencyraider.com/sotsialnaya-reklama/psichologicheskie-aspekti-sotsialnoy-reklami.html>
37. Психология социальной рекламы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.advertme.ru>
38. Рябых Д. Социальная реклама // Рекламодатель. – 2013. – № 11. – С.12-14.
39. Серегина, Т.К. Реклама в бизнесе / Т.К. Серегина, Л.М. Титкова. – Москва: Маркетинг, 2013. – 241с.
40. Средство массовой информации dv-reclama-Аналитика- какие задачи решает социальная реклама? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.dv-reclama.ru/russia/analytics/detail.php?ELEMENT_ID=23022
41. Структура и текстура пищевых продуктов: продукты эмульсионной природы / Д. Дж. МакКлементс [и др.]. - Санкт-Петербург : Профессия, 2008. - 471 с.
42. Тамим, А. Й. Йогурты и другие кисломолочные продукты / А. Й. Тамим, Р. К. Робинсон. - Санкт-Петербург: Профессия, 2003. - 661 с.
43. Хромов, Л.Н. Рекламная деятельность: искусство, теория, практика / Л.Н. Хромов. - Петрозаводск: Фолиум, 2013. – 337с.
44. Ценности психологического восприятия рекламы людьми [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.elitarium.ru/>
45. Чепурной, И.П. Идентификация и фальсификация продовольственных товаров. учеб. пособие/ И.П. Чепурной – Москва: Дашков и К⁰, 2002. – 460с.
46. Шевченко, В.В. Товароведение и экспертиза потребительских товаров: учеб. пособие/ В.В. Шевченко [и др.]. – Москва: ИНФРА-М, 2007. – 554 с.

47. Шепелев, А.Ф. Товароведение и экспертиза молока и молочных продуктов. – Ростов-на-Дону: Мини, 2005. – 23с.
48. Шидловская В.П. Справочник технолога молочного производства. Т.10.Ферменты молока / В. П. Шидловская. – 2006. – 217с.

47. Шепелев А.Ф. Товароведение и экспертиза молока и молочных продуктов. – Ростов-на-Дону: Мини, 2005. – 23с.
48. Шидловская В.П. Справочник технолога молочного производства. Т.10. Ферменты молока / В. П. Шидловская. – 2006. – 217с.



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

1. Я, Королева Анастасия Ивановна, студент(ка) 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 йогурта, реализуемого в розничной торговой сети г. Красноярска» 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.

«07» 06 2016 г.



Подпись