

Министерство образования и науки РФ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Сибирский федеральный университет»
Торгово-экономический институт

Кафедра товароведения и экспертизы товаров

**«ТОВАРОВЕДЕНИЕ ОДНОРОДНЫХ ГРУПП
ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ ТОВАРОВ»**

методические указания к выполнению курсовой работы
для студентов направления 100800 «Товароведение»
профиль подготовки 100800.62.04 «Товарный менеджмент»

всех форм обучения

Красноярск 2015

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ К ВЫПОЛНЕНИЮ КУРСОВОЙ РАБОТЫ

составлена в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по укрупненной группе

380000 Экономика и управление

код и наименование укрупненной группы

Направления подготовки /специальность (профиль/специализация)

38.03.07.04 "Товарный менеджмент"/38.03.07 "Товароведение"

код и наименование направления подготовки (профиля)

Программу составили

канд.биол.наук, доцент Дойко И.В.

инициалы, фамилия, подпись


инициалы, фамилия, подпись

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	4
1 Цели и задачи курсовой работы	4
2 Структура курсовой работы	5
3 Требования к содержанию курсовой работы	7
4 Оформление курсовой работы	19
Рекомендуемая литература	19
Приложения	23

ВВЕДЕНИЕ

Написание и защита курсовой работы является одним из этапов подготовки студентов по дисциплине «Товароведение однородных групп продовольственных товаров». Курсовая работа по дисциплине «Товароведение однородных групп продовольственных товаров» выполняется студентами направления подготовки 100800 «Товароведение» в IV семестре.

Выполнение курсовой работы систематизирует теоретические знания по дисциплине, способствует углубленному изучению одной из товарных групп, позволяет студенту приобрести практические навыки в области проведения оценки ассортимента, потребительских свойств и качества.

При выполнении курсовой работы студент, опираясь на литературные источники, нормативные и законодательные акты, должен показать высокий уровень самостоятельных исследований.

Ценность любой курсовой работы определяется в первую очередь актуальностью темы, ее своевременностью и целесообразностью, а также оригинальностью подачи материала, на основе которых делаются выводы.

Умение правильно организовать свою работу, знание требований и правил оформления рукописей значительно облегчают написание курсовой работы, а правильное истолкование фактов, точная формулировка определений, понятий, точность, ясность и живость изложения способствует успешной ее защите.

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ КУРСОВОЙ РАБОТЫ

Целью написания работы является закрепление и расширение полученных теоретических знаний и приобретение практических навыков по специальности.

В рамках курсовой работы студентом будут решены следующие задачи:

- владение профессиональной терминологией;
- применение основных положений законодательных актов РФ,

- национальных стандартов;
- умение работать с классификаторами;
 - использование информационного обеспечения товаров на всех этапах жизненного цикла;
 - обоснованное применение средств и методов идентификации и товарной экспертизы товаров.

2. СТРУКТУРА КУРСОВОЙ РАБОТЫ

Выполнение курсовой работы включает в себя ряд этапов:

- выбор и закрепление темы курсовой работы;
- подбор и анализ литературы по выбранной теме;
- выполнение экспериментальной части работы;
- написание и оформление работы;
- сдача работы на кафедру;
- защита

После того, как выбрана тема, разрабатывается план исследования, который утверждается научным руководителем. Части курсовой работы распределены следующим образом:

- Введение;
- Глава 1 (Обзор литературы);
- Глава 2 (Материалы и методы исследования);
- Глава 3 (Результаты исследований);
- Выводы и предложения;
- Список использованных источников составляется в соответствии с правилами общих для всей работы.

Примерное содержание курсовой работы

Введение

Обзор литературы

1. Теоретические аспекты формирования ассортимента и качества
(наименование продукта или группы товаров)

1.1. Состояние Российского рынка (в т.ч Красноярского края) (наименование продукта или группы товаров)

1.2. Пищевая ценность и химический состав _____

1.3. Общая классификация и ассортимент _____ (наименование продукта или группы товаров)

1.4 Новые направления в расширении ассортимента (наименование группы товаров, продукта)

1.5 Требования, предъявляемые к качеству (наименование группы товаров, продукта)

1.5.1 Дефекты

1.6 Факторы, сохраняющие качество (наименование группы товаров, продукта)

1.6.1 Упаковка

1.6.2 Режимы хранения

2 Материалы и методы исследования

2.1 Объекты исследования (фото образцов)

2.2 Методы исследования качества

2.2.1 Показатели ассортимента

2.2.2 Порядок анализа состояния упаковки и маркировки
(наименование продукта)

2.2.3 Органолептические методы исследования (наименование продукта)

3 Результаты исследования

3.1. Анализ показателей и структуры ассортимента _____

3.2 Анализ состояния упаковки и маркировки

3.3 Органолептическая оценка качества (наименование продукта)

3.4 Пути совершенствования ассортимента и качества (наименование продукта, группы товаров)

Заключение

Список использованных источников

Приложение А

Приложение Б

3. ТРЕБОВАНИЯ К СОДЕРЖАНИЮ КУРСОВОЙ РАБОТЫ

Части работы «Введение», «Обзор литературы», «Материалы и методы исследования», «Результаты исследования», «Заключение», «Список использованных источников», Приложения – начинаются с новой страницы. Подразделы внутри них следуют друг за другом с отступом перед заголовком в 1 дополнительный пробел.

Далее приведены характеристики отдельных глав и подразделов, требования к их содержанию.

Введение

Во введении приводится краткая характеристика изучаемого товара, история его возникновения, перспективы развития производства, проблемы качества.

В этом разделе четко формулируются актуальность выбранной темы, цель и задачи исследования.

При формулировании цели дипломной работы автор должен помнить, что она должна быть созвучна заявленной теме. Так, при названии темы курсовой работы

«Анализ ассортимента и качества зеленого байхового чая, реализуемого в розничной торговой сети г. Красноярск»,

формулирование цели происходит следующим образом:

Целью курсовой работы – *анализ ассортимента и качества зеленого байхового чая, реализуемого в розничной торговой сети г. Красноярск*

Для конкретизации допускается добавление:

...на примере продукции... (какого-либо сорта, конкретных производителей, стран и т.д.).

При формулировании задач автор за основу берет те группы показателей, которые планирует определять в экспериментальной части.

Как правило, этот пункт подраздела выглядит следующим образом.

В соответствии с поставленной целью, в работе решали следующие задачи:

- Анализ показателей и структуры ассортимента;
- Анализ состояния упаковки и маркировки исследуемых образцов;
- Органолептическая оценка качества изучаемой продукции;
- Сопоставление полученных результатов с данными нормативной документации.
- Предложения по совершенствованию ассортимента и качества _____

Объем введения варьирует от 1 до 2 страниц.

1 Обзор литературы

Эта глава носит теоретический характер, в которой студент показывает умение самостоятельно работать с литературой и проводить ее анализ с целью раскрытия поставленной темы.

При работе с литературой необходимо предварительно ознакомиться с отобранной информацией по каждому разделу, систематизировать материал разных авторов, не допуская дословного переписывания. При анализе литературы студент должен рассмотреть различные точки зрения по изучаемому вопросу.

Обзор литературы должен отличаться четкостью изложения, логической последовательностью материала, раскрывающего тему курсовой работы.

В заключение обзора литературы нужно обосновать необходимость проведения эксперимента по выбранной теме.

При написании текста первой главы необходимо делать ссылки на авторов, особенно если материал дословно цитируется. Ссылка указывается в квадратных скобках с приведением порядкового номера, соответствующего номеру по списку литературы.

Анализируется литература, изданная в последние 5 лет.

2 Материалы и методы исследования

Вторая глава курсовой работы предваряет исследования и является своего рода «заявлением о намерениях»: автор показывает, *с чем он планирует работать, что планирует определять и какими методами.* Таким образом, целью второй главы является:

- описание образцов продовольственных товаров, выбранных для исследования;
- номенклатура показателей качества, по которым в работе будет проведен анализ исследуемых образцов;
- характеристика методов исследования, с помощью которых будут определены выбранные показатели качества.

По содержанию вторую главу подразделяют на следующие разделы.

2.1 Объекты исследования

В разделе автор работы должен представить объекты исследования с учетом тех характеристик, которые позволяют

- дать полное представление об его ассортиментной принадлежности (наименование, вид, сорт и т.п.);
- отличить образцы друг от друга при совпадении некоторых характеристик.

Представление образцов обычно предваряется вступительной фразой:

В качестве исследуемых образцов были выбраны следующие виды...

Далее по абзацам приводится перечень образцов с их отличительными особенностями. При характеристике образца следует отмечать:

- вид, наименование, сорт или иную градацию качества (при наличии);
- наименование производителя (при необходимости указывается населенный пункт и/или страна, в которых он находится);
- характеристику упаковки продукта;
- объем или массу нетто продукта;
- дату выпуска или приобретения (указывают в случае отсутствия других различий между образцами либо в случае, когда это может иметь значение при анализе результатов исследования);
- место приобретения образца (в случае сравнения одинаковых образцов, реализованных разными предприятиями) и другие показатели, характеризующие особенности образца.

При повторе информации какого-либо из вышперечисленных пунктов сразу у нескольких образцов следует сгруппировать образцы по наиболее важным характеристикам, используя объединяющие фразы, например:

«В качестве объектов исследования было взято пять образцов светлого пива...

Все исследуемые образцы, за исключением «...», упакованы в виде брусков массой нетто 200 г в кашированную фольгу.»

Упрощенной формой представления образцов является использование таблицы. Например:

Для исследования было взято пять образцов ..., характеристика которых представлена в таблице 1.

или

В качестве объектов исследования было взято 5 образцов хлеба пшеничного (табл. 1).

Таблица 1 – Краткая характеристика исследуемых образцов

№ п/п	Вид	Наименование	Производитель	Объём, см ³ , масса нетто, г	Вид упаковки	Дата выпуска или реализации
-------	-----	--------------	---------------	-----------------------------------------	--------------	-----------------------------

При характеристике образцов нет необходимости переписывать в раздел всю информацию с маркировки продукта, тем более дословно (наиболее частая ошибка). Всю эту информацию следует сохранить в рабочих тетрадях на случай возникновения каких-либо сомнений при анализе полученных результатов.

2.2 Методы исследования качества

В данном подразделе автор курсовой работы должен перечислить показатели, по которым будет оцениваться изучаемый продукт, и дать краткую характеристику (сущность) методов, выбранных для определения изучаемых показателей.

2.2.1 Показатели ассортимента

В данном пункте необходимо привести номенклатуру свойств и показателей ассортимента, а также формулы оцениваемых показателей (широта, полнота, устойчивость, новизна ассортимента) исследуемого товара с расшифровкой используемых символов входящих элементов.

2.2.2 Порядок анализа состояния упаковки и содержания маркировки

В этом пункте автор должен изложить порядок действий при изучении состояния упаковки и маркировки и перечислить, на что следует при этом обращать внимание, согласно требованиям стандартов, какие реквизиты должны быть указаны на маркировке.

При оформлении этого пункта нужно помнить, что требования к качеству и состоянию *упаковки* обычно изложены:

– в самом стандарте на продукцию (вид Государственного стандарта – Технические требования, Общие технические требования, Технические условия) отдельным пунктом, либо

– в самостоятельном стандарте (вид Государственного стандарта – Требования к упаковке, транспортированию и хранению и т.п.).

При этом на такую продукцию, как хлеб, требования к упаковке вообще не установлены. В таком случае следует ориентироваться на общие требования, предъявляемые к любому виду упаковки – целостность, чистота, совместимость с продуктом.

Требования к *маркировке* могут быть изложены

- в самом стандарте на продукцию (вид Государственного стандарта – Технические требования, Общие технические требования, Технические условия) отдельным пунктом,

и/или

- в ГОСТ Р 51074-2003 «Продукты пищевые. Информация для потребителя. Общие требования». В работе следует руководствоваться обоими стандартами.

При этом нужно учитывать, что ГОСТ Р 51074 зачастую содержит общие требования к группе однородной продукции в целом, поэтому, прежде, чем переписывать все подряд, проанализируйте – всё ли относится к вашему продукту.

2.2.3 Органолептические методы исследования

В данном пункте автор может изложить всю методику определения органолептических показателей качества, акцентируя внимание на их характеристиках, например:

При определении вкуса обращают внимание на наличие... привкусов, тонов Не допускается присутствие (наличие)...

Кроме этого, в данном пункте может приводиться таблица дегустационной оценки (балльная шкала), с помощью которой будет проведена оценка органолептических показателей в численном выражении. При этом автор может пользоваться как уже разработанной балльной шкалой (с соответствующей ссылкой на источник), так и самостоятельно разработанной. В последнем случае автор должен обосновать количественные выражения значений показателей и распределение их максимальных значений в зависимости от значимости показателей (нужно определиться, что более значимо для данного продукта: вкус, форма, внешний вид или вид на разрезе и др.).

3 Результаты исследований

Результаты исследования показателей качества продукта можно представить в виде таблиц и их анализа. Текст подразделов не должен ограничиваться простым перечислением характеристик. Текст должен содержать *обсуждение* и *анализ* результатов с привлечением теоретических знаний, со ссылками на источники литературы.

Порядок представления результатов по группам показателей должен соответствовать порядку перечисления соответствующих им методов во второй главе.

3.1 Анализ показателей и структуры ассортимента

В данном разделе необходимо произвести расчет показателей ассортимента исследуемого товара и проанализировать полученные результаты. Показатели можно оформить в виде таблицы и ее анализа (см. Приложение А)

Структура ассортимента – это количественное соотношение товарных групп, подгрупп, видов, разновидностей и наименований отдельных товаров в общем наборе товаров. Показатели структуры ассортимента имеют натуральные или денежные выражения и рассчитываются как отношение отдельных групп, видов, наименований товаров к суммарному количеству товаров, входящих в ассортимент.

Широта ассортимента характеризуется числом наименований видов или разновидностей товаров, входящих в рассматриваемый ассортимент. Широта ассортимента является косвенным показателем насыщенности рынка товарами. Насыщенность рынка тем выше, чем больше широта ассортимента.

Полнота ассортимента — это количество видов, разновидностей и наименований товаров в группе однородной продукции. Полнота ассортимента характеризуется коэффициентом полноты, который рассчитывается исходя из отношения имеющегося в наличии ассортимента к базовому, определяемому договором поставки, стандартами, ассортиментным перечнем. Наибольшее значение коэффициент полноты имеет на насыщенном рынке. Чем выше полнота ассортимента, тем лучше удовлетворяются потребности покупателя.

Устойчивость ассортимента — это показатель, характеризующий колебания его полноты и широты в течение определенного промежутка времени.

Степень обновления ассортимента характеризует долю вновь поступивших в оборот товаров в их общем ассортименте.

Важное значение имеет *ассортиментный минимум* - перечень видов или наименований товаров, наличие которых на торговом предприятии определенного профиля, является обязательным.

В настоящее время это понятие заменено на понятие «ассортиментный перечень», представляющий собой документально оформленный перечень

разновидностей или видов товаров, составляющий установленный ассортимент. Ассортиментный перечень для торговых предприятий утверждается органами местного самоуправления и его несоблюдение считается нарушением правил торговли.

3.2 Результаты анализа состояния упаковки и маркировки исследуемых образцов

В данном разделе автор должен представить результаты анализа качества и состояния упаковки, результаты сравнения содержания маркировки исследуемых образцов

- с требованиями ГОСТ Р 51074 «Продукты пищевые. Информация для потребителя. Общие требования»
- и требованиями соответствующих Государственных стандартов на исследуемый товар.

При анализе упаковки рассматривается ее вид, особенности, целостность, наличие / отсутствие повреждений, загрязнений, качество нанесения этикеток или маркировки, герметичность (при необходимости). При изучении маркировки рекомендуется проанализировать полноту основополагающей, коммерческой и потребительской информации, представленной на маркировке.

Результаты анализа можно оформить в виде таблицы (пример – таблица 2).

В таблице наравне со словесной характеристикой могут использоваться знаки «+» - присутствует информация, «-» - отсутствует.

Таблица 2 – Состояние маркировки исследуемых образцов

Реквизиты маркировки	Образцы					

Наименование продукта	+	+	+	+	+	+
Наименование производителя
Реквизиты производителя	+	+	+	+	+	+

Сорт	1	2	высший	2	1	1
Масса нетто, г	100	150	100	250	250	200
....						

3.3 Органолептические показатели качества исследуемых образцов

В данном разделе автор должен описать и проанализировать результаты исследования органолептических показателей качества продукта. Если в работе исследуется качество одного продукта различных производителей, то целесообразно полученные результаты сравнить с требованиями стандартов на исследуемый продукт, а также между собой. При исследовании качества нескольких образцов одного производителя достаточно провести сравнение с требованиями стандартов. И в том, и в другом случае в результате сравнения следует:

- сгруппировать объекты на соответствующие, несоответствующие требованиям стандарта и спорные (сомнительной свежести, с наличием значительных, но не критических дефектов и т.п.);
- отметить все выявленные различия между образцами по каждому из показателей;
- отметить все выявленные отклонения от требований стандарта, от заявленного на маркировке, от данных литературных источников;
- и определить возможные причины их возникновения отклонений.

Если государственным стандартом предусмотрена органолептическая оценка в баллах, то она приводится в виде отдельной таблицы по результатам исследования, либо совмещается с таблицей органолептических показателей (таблица 3)

Таблица 3- Органолептические показатели качества исследуемых образцов

Показатели качества	Характеристика показателей по ГОСТ №_____	Фактическое значение данного показателя качества продукта
Внешний вид,		
Запах и т.д.		

3.4 Пути совершенствования ассортимента и качества

В данном разделе по результатам проведенных исследований на примере торгового предприятия необходимо предложить пути совершенствования ассортимента и качества по выбранной группе товара.

Заключение

Данный раздел курсовой работы содержит *кратко изложенные* основные выводы работы без обсуждений и рассуждений, характерных для предыдущих глав.

Заключение содержит выводы, по результатам выполненной работы:

На основании результатов проведенных исследований были сделаны следующие выводы.

Предложение заканчивается точкой. Далее с нового абзаца приводятся выводы в последовательности, соответствующей определению показателей и характеристик в главе 3.

Наиболее часто выводы группируют следующим образом.

1. По анализу показателей и структуры ассортимента
2. По состоянию упаковки и маркировки
3. По анализу показателей ассортимента
4. По органолептическим показателям качества

Далее, основываясь на результатах работы, автор может сформулировать свои предложения, обращенные к производителю или продавцу изученной продукции. Предложения должны быть конкретны по сути и исходить из собственных результатов работы. Предваряют их вступительной фразой:

На основании вышеизложенного, можно предложить ...(кому)...

По выбору автора *предложения* могут оформляться самостоятельным подразделом (с нового листа), в таком случае заголовки будут отдельными:

4 ОФОРМЛЕНИЕ КУРСОВОЙ РАБОТЫ

Оформлять курсовую работу необходимо в соответствии с документом **СТО 4.2–07–2014** Система менеджмента качества. Общие требования к построению, изложению и оформлению документов учебной деятельности.

РЕКОМЕНДУЕМЫЙ СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Технический регламент о безопасности упаковки [Электронный ресурс]: федер. закон от 16.08.2011 №005/2011 ред. от 17.12.2012 // Электронный фонд Правовой и нормативно-технической документации .- Режим доступа: <http://www.docs.cntd.ru>
2. Технический регламент о безопасности пищевой продукции [Электронный ресурс]: федер.закон от 09.12.2011 №021/2011 от 01.07.12 // Электронный фонд Правовой и нормативно-технической документации .- Режим доступа: <http://www.docs.cntd.ru>
3. Федеральный закон «О техническом регулировании в Российской Федерации» № 184-ФЗ: федер. закон № 184-ФЗ.- М.: Проспект, 2005.- 32 с.- На тит. л. и обл.: Проф. юрид. системы "Кодекс".
4. ТР ТС О безопасности пищевой продукции : тех. регламент от 9.12.2011

- №880 – ТР// Комиссия Таможенного союза. – 2011. – №21. – с. 7-8.
5. ТР ТС Пищевая продукция в части ее маркировки : тех.регл. от 9.12.2011 № 881 – ТР// Комиссия Таможенного союза. – 2011. – №22. – с. 5.
6. СТ СЭВ 4710-84. Пищевые и вкусовые продукты. Общие условия проведения органолептической оценки. – Введ. 01.01.1986. – Москва: Стандартинформ, 1986. – 6 с.
7. ГОСТ Р ИСО 8586-2-2008. Органолептический анализ. Общее руководство по отбору, обучению испытателей и контролю за их деятельностью. Ч. 2. Эксперты по сенсорной оценке. – Введ. 2010-01-01. – Москва: Стандартинформ, 2009. – 7 с.
8. Вытовтов А.А. Теоретические и практические основы органолептического анализа продуктов питания: учеб. пособие /А.А. Вытовтов. – С.-Петербург: Гиорд, 2010. – 232 с.
9. Коник Н. В. Товароведение продовольственных товаров : [учеб. пособие для сред. проф. образования по специальностям "Товароведение", "Коммерция"] / Н. В. Коник. – 2013.
10. Николаева М. А. Товарная политика : учебник для бакалавриата /М. А. Николаева. – Москва : НОРМА : ИНФРА-М, 2015. – 256 с.
11. Рязанова О. А. Товарный менеджмент и экспертиза продуктов детского питания : учебное пособие/О. А. Рязанова, М. А. Николаева. – 2016
12. Сенсорный анализ: учеб.-практ. пособие / И.В. Дойко, Г.Р. Рыбакова, Е.А. Федченко; ГОУ ВПО «КГТЭИ». – Красноярск, 2011.– 56с.
13. Товароведение и технология переработки плодов и овощей : учеб.-метод. пособие [для студентов напр. 38.03.07.01 «Товароведение и экспертиза товаров (в сфере производства и обращения с.-х. сырья и продовольств. товаров)», 38.03.07.03 «Товароведение и экспертиза товаров в области стандартизации, сертификации и управления качеством продукции»]/Сиб. федер. ун-т, Торг.-эконом. ин-т ; сост.: В. М. Леонтьев, О. Ю. Веретнова, Г. С. Гуленкова. – 2015.

14. Товароведение и экспертиза продовольственных товаров : лабораторный практикум. Для студентов вузов, обучающихся по направлению подготовки "Товароведение", квалификация "бакалавр". Рекомендовано УМО вузов России по образованию в обл. товароведения и экспертизы товаров/В. И. Криштафович [и др.] ; ред. В. И. Криштафович ; Издательско-торговая корпорация "Дашков и К". – 2013.

15. Товароведение однородных групп продовольственных товаров [Текст] : учебник для студентов вузов, обучающихся по направлениям "Товароведение", "Торговое дело", "Технология продукции и организация общественного питания", "Экономика" / Л. Г. Елисеева, Т. Г. Родина [и др.] ; ред. Л. Г. Елисеева. – Москва : "Дашков и К", 2014. – 929 с.

б) Рекомендации по использованию Интернет-ресурсов и других электронных информационных источников:

1. <http://www.justsite.itn.ru/fish> - справочно-информационный материал по систематизации и идентификации рыб и нерыбных гидробионтов. Разработчик – Подсосонная М.А.
2. www.meat-industry.ru - мясная промышленность России
3. www.meatunion.ru - сайт Мясного Союза
4. <http://www.myasocom.ru> - сайт журнала «Мясо»
5. <http://www.meatmarket.info> - рынок мяса
6. <http://vniimp.ru> - сайт ВНИИМП
7. <http://www.meat-club.ru/> - мясной клуб (все о мясе)
8. www.meatland.ru · новости рынка мяса
9. www.apkmarket.ru - рынки продукции АПК
10. www.meatinfo.ru – новости мясной промышленности
11. www.pticeprom.ru - обзор цен на мясные продукты

12. [www. begarat.ru](http://www.begarat.ru) - сайт компании, которая специализируется на оборудовании для мясопереработки
13. www.meatbranch.com- сайт журнала «Мясные технологии»
14. www.5022203.ru - оборудование материалов для вакуумной упаковки
15. <http://www.vniimp.ru/content.php?z=230>.- методические компоненты проведения идентификации состава мясного сырья и продуктов [Электронный ресурс]
16. <http://www.falshivkam.net/rus/articles/> - Латыпова А. Тушенка из фосфата и глутамата натрия [Электронный ресурс]
17. <http://www.codexalimentarius.net>. На сайте представлены международные стандарты качества и безопасности пищевых продуктов Комиссии ФАО/ВОЗ «Кодекс Алиментариус».
18. <http://www.fao.org/> - сайт ФАО о проблеме безопасности пищевых продуктов
19. www.stq.ru. Официальный сайт РИА «Стандарты и качество». Журнал «Стандарты и качество» [Электронный ресурс].
20. www.foodprom.ru. Официальный сайт издательства «Пищевая промышленность». Журналы «Пищевая промышленность» [Электронный ресурс].
21. www.spros.ru. Официальный сайт журнала Международной конфедерации потребителей «Спрос» [Электронный ресурс].

ПРИЛОЖЕНИЕ А

Показатели ассортимента

Ассортимент товаров характеризуется широтой, глубиной, полнотой, степенью новизны.

Широта ассортимента означает количество изделий того или иного назначения.

Глубина ассортимента представляет собой количество разновидностей конкретного вида изделий, количество позиций в каждой группе товаров. Например, предприятие оптовой торговли в настоящее время располагает 5 видами товаров для реализации, а каждый вид этих материалов представлен 3 разновидностями. Отсюда глубина ассортимента равна 15.

Полнота ассортимента определяется отношением фактического количества разновидностей товара к его количеству, предусмотренному соответствующим прейскурантом или спецификацией. Например, спецификация предусматривает 6 разновидностей товара, а фактически в продажу поступило 4. Значит, полнота ассортимента составляет 0,66.

Степень новизны ассортимента означает удельный вес новых изделий в общем объеме, поступившем в продажу. Например, мелкооптовый магазин реализует 25 видов продукции, из них 7 - новые, ранее не продаваемые. Отсюда удельный вес новых изделий составляет 0,28.

Результаты исследований заносятся в таблицы. Примеры таблиц приведены далее.

Анализ широты и полноты ассортимента ... , реализуемых в розничной торговой сети г. Красноярска.

ПРИМЕРЫ

Таблица – Данные о минимальном и максимальном числе разновидностей ..., реализуемых в РТС г. Красноярск или предприятия торговли

Ассортимент	Начало исследования			Конец исследования		
	Мин.	Макс.	Среднее	Мин.	Макс.	Среднее
Сливочное масло традиционное сладко-сливочное	5	11	8	8	12	10
Сливочное масло традиционное кисло-сливочное	1	2	1,5	1	3	2
Сливочное масло «Вологодское»	1	4	2,5	1	6	3,5

Коэффициент широты рассчитывается как отношение фактической широты (Шф.) к базовой (Шб.). Широта может служить косвенным показателем насыщенности рынка товарами: чем больше широта, тем больше насыщенность.

В условиях дефицита, когда спрос превышает предложение, продавцу выгоднее иметь узкий ассортимент товаров, поскольку при большой широте требуются дополнительные затраты (дополнительные площади торгового зала для выкладки товаров, увеличиваются транспортные расходы).

На насыщенном рынке изготовители и продавцы стремятся удовлетворить разнообразные потребности. Требуются коммерческие усилия по созданию потребительских предпочтений, что достигается в числе прочих средств и за счет увеличения широты ассортимента. Широта выступает в качестве одного из критериев конкурентоспособности фирм.

С одной стороны, чем шире ассортимент, тем более разнообразные потребности могут быть удовлетворены. С другой стороны, при сверхвысокой широте ассортимента потребителю трудно ориентироваться в этом многообразии, что затрудняет выбор нужного товара.

Таблица – Анализ полноты ассортимента изделий в предприятиях торговли г. Красноярска

Предприятие торговли	Полнота на нач. исследования	Полнота на конец исследования	Отклонение (+/-)

Таблица – Анализ устойчивости ассортимента изделий в разрезе магазиноврайона г. Красноярска

Предприятие торговли	Число разновидностей, шт. P max	Число разновидностей на дату обследования			Коэффициент устойчивости
		На дату 1-го обследования	На дату 2-го обследования	На дату 3-го обследования	

$$K_{уст} = (P1 + P2 + P3) / P_{макс.}$$

Устойчивость ассортимента это способность набора товаров удовлетворять спрос на одни и те же товары. Особенностью таких товаров является наличие устойчивого спроса на них.

Коэффициент устойчивости есть отношение количества видов, разновидностей и наименований товаров, пользующихся устойчивым спросом у потребителей, к общему количеству видов, разновидностей и наименований товаров тех же однородных групп.

Анализ структуры ассортимента (например, молочных товаров)

Таблица – Структура ассортимента молочных товаров по производителям

Производитель	Количество, шт	Удельный вес в ассортименте, %
«ВИММ-БИЛЛЬ-ДАНН»	20	29,8
«ДАНОН»	15	22,3
«ЮНИМИЛК»	15	22,3
«PARMALAT»	2	3
«СAMPINA»	7	10,4
«ЭРМАН»	5	7,4
«ЗАВОД МОЛОЧНЫЙ НОВОСИБИРСКИЙ»	1	1,4
«ИСКИТИМСКИЙ МОЛЗАВОД»	1	1,4
«ЗАВОД ИРМЕНЬ»	1	1,4

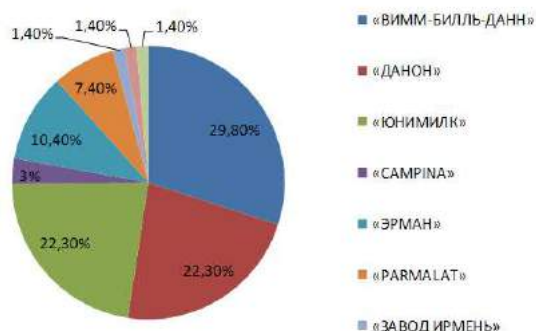


Рисунок 1 – Удельный вес производителей в ассортименте молочных товаров

Таблица - Структура ассортимента молочных товаров в зависимости от жирности

Массовая доля жира	Количество, шт.	Удельный вес в ассортименте, %
1,5%	10	22,8
2,5%	23	52,2
3,5%	11	25

Таблица – Структура ассортимента молочных товаров в зависимости от тепловой обработки

Тепловая обработка	Количество, шт.	Удельный вес в ассортименте, %
Пастеризованное	37	55,2
Стерилизованное	30	44,8

Таблица - Структура ассортимента молочных товаров в зависимости от вида упаковки

Вид упаковки	Количество, шт.	Удельный вес в ассортименте, %
Картонная упаковка Тетрапак масса 1л	23	45
Картонная упаковка Тетрапак масса 0,5л	8	15,6
Пластмассовая бутылка 1л	15	29,4
Мягкая упаковка 1л	5	9,8

ПРИЛОЖЕНИЕ Б

Министерство образования и науки РФ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Сибирский федеральный университет»
Торгово-экономический институт
Кафедра товароведения и экспертизы товаров

Курсовая работа

на тему: «Исследование ассортимента и оценка качества сахаристых
кондитерских изделий »

Руководитель	_____	доцент, канд. биол. наук	И.В. Дойко
	подпись, дата	должность, ученая степень	инициалы, фамилия
Студент	_____	ГМ-12-1	12-720
	подпись, дата	группа	№ зачетной книжки
			А.М. Сидорова
			инициалы, фамилия

Красноярск 2015

ПРИЛОЖЕНИЕ В

Примерные темы курсовых работ по дисциплине: «Товароведение однородных групп продовольственных товаров»

1. Анализ ассортимента и качества муки пшеничной хлебопекарной, реализуемой в розничной сети г. -----
2. Исследование ассортимента и качества крупы гречневой (или других видов) различных производителей
3. Оценка качества хлеба из пшеничной муки и анализ ассортимента , реализуемого в торговой сети г. -----
4. Исследование ассортимента и качества бараночных изделий, реализуемых в торговой сети г.-----
5. Анализ ассортимента и оценка качества хлеба из смеси ржаной и пшеничной муки
6. Анализ ассортимента и оценка качества макаронных изделий производства -----
7. Исследование ассортимента и качества меда, реализуемого в розничной сети г.-----
8. Исследование ассортимента и оценка качества сахаристых кондитерских изделий
9. Исследование ассортимента и оценка качества мучных кондитерских изделий
10. Анализ ассортимента и определение товарного качества яблок, реализуемых в торговой сети г—
11. Анализ ассортимента и качества яблочного сока, реализуемого в торговой сети г---
12. Анализ ассортимента и качества апельсинового сока различных производителей
13. Оценка качества и изучение ассортимента восстановленных фруктовых соков различных производителей
14. Анализ ассортимента и качества чая зеленого байхового, реализуемого в торговой сети г---
15. Анализ ассортимента и качества чая черного байхового различных производителей
16. Анализ ассортимента и качества кофе натурального в зернах
17. Анализ ассортимента и качества кофе натурального молотого различных производителей
18. Анализ ассортимента и качества кофе натурального растворимого, реализуемого в торговой сети г. _____