

ИДЕИ И ПРОЕКТЫ МОЛОДЕЖИ РОССИИ

Кудряшова Анастасия,

студентка 2 курса,

*Государственное автономное профессиональное
образовательное учреждение «Торгово-технологический техникум»,*

г. Орск, Оренбургская область

Руководитель: Денисова Л.Н., преподаватель

ИССЛЕДОВАНИЕ АССОРТИМЕНТА И ПОКАЗАТЕЛЕЙ КАЧЕСТВА ПЛОМБИРА, РЕАЛИЗУЕМОГО НА РЫНКЕ Г. ОРСКА

Аннотация. Статья посвящена исследованию ассортимента и качества мороженого, реализуемого на рынке г. Чебоксары.

Изменения в сфере питания в сторону здорового образа жизни все более явно сказываются и на производстве мороженого. Поиск новых ингредиентов связан в некоторых случаях не только с расширением ассортимента, но и с необходимостью замены одного вида сырья другим.

Производители мороженого все более активно обращаются к изготовлению нежирной или обезжиренной продукции, а также мороженого без сахара. Развитие рынка диетического немолочного мороженого и витаминизированного мороженого, обогащенного фруктами тоже набирают обороты. Интересны разработки в области производства мороженого для диабетиков, йодированного мороженого для диабетиков, йодированного мороженого, а также мороженого с особыми функциональными свойствами.

Особенно популярно биомороженое, имеющее в своем составе бифидо-и лактобактерии, благодаря чему оно нормализует состав микрофлоры в организме человека.

ИДЕИ И ПРОЕКТЫ МОЛОДЕЖИ РОССИИ

Цель данной работы является сравнительная оценка ассортимента и потребительских свойств мороженого разных производителей, представленных в магазине ООО «Лента».

Для проведения исследований был изучен ассортимент одного из крупных супермаркетов города Орска ООО «Лента».

Изучив ассортимент супермаркета «Лента», выявили, что почти половина представленного мороженого -49% изготовлена в соответствии и ГОСТ 52175-2003 «Мороженое молочное, сливочное и пломбир. Технические условия». На остальных в маркировочных данных указаны иные нормативные документы.



Рис1. Доля мороженого, производимого в соответствии с ГОСТ 52175-2003 и другой нормативной документацией

Ассортимент супермаркета «Лента» в большинстве своем представлен таким производителем как «Инмарко»-21% и «Петрохолод»-14%. Количество мороженого остальных торговых марок указано на рисунке 2.

ИДЕИ И ПРОЕКТЫ МОЛОДЕЖИ РОССИИ



Рис.2- Доля производителей мороженого, представленного в супермаркете «Лента».

В супермаркете «Лента» большую долю среди видов мороженого составляет пломбир с вафлями – 33 %, второе место (22%) занимает мороженное с растительным жиром и третье место (18%)- пломбир ванильный - рисунок 3.

ИДЕИ И ПРОЕКТЫ МОЛОДЕЖИ РОССИИ



Рис.3- Процентное соотношение видов, представленных в супермаркете

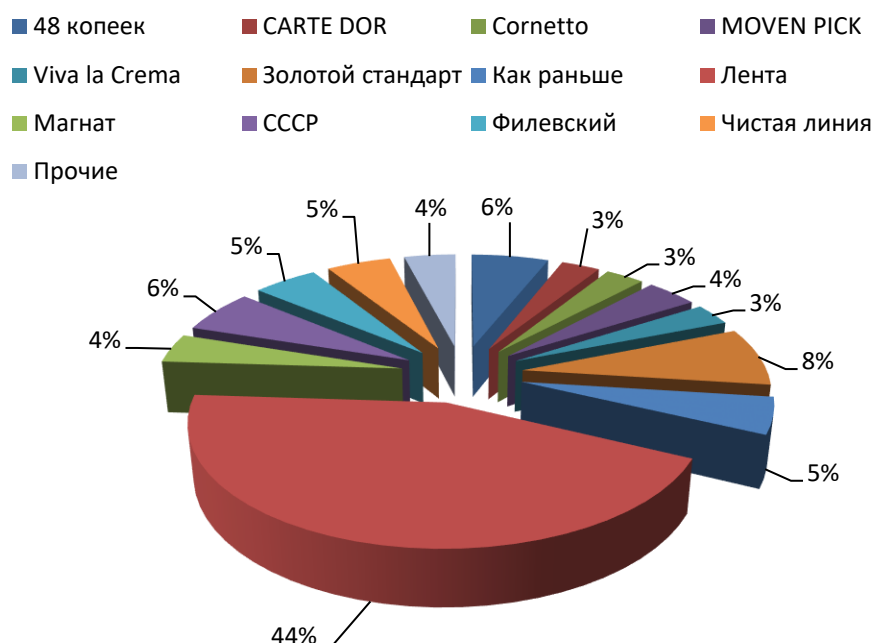
Среди наименований мороженого, представленного в супермаркете «Лента», можно выделить такие как «Лента» составляет 44%, «Золотой Стандарт»(8%), «48 копеек», СССР занимает по 6%.

Торговая марка «Петрохолод» специально для супермаркета «Лента» выпускает одноименное мороженое. Особенности ассортимента супермаркета «Лента» является фруктовый лед «MOVENPICK» и мороженое «Vivala Crema» иностранных производителей.

Наименование мороженого и их доли в изученном ассортименте представлены на рисунке 4.

ИДЕИ И ПРОЕКТЫ МОЛОДЕЖИ РОССИИ

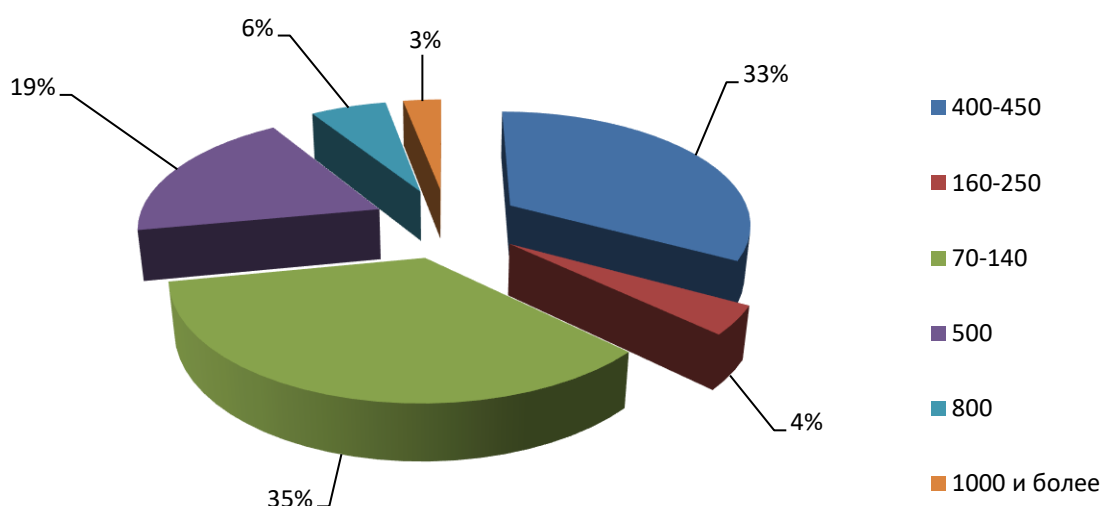
Доля различных наименований мороженого, реализуемого в супермаркете "Лента"



Самыми многочисленными среди ассортимента являются различные виды пломбира в сумме. Это классический, пломбир, пломбир ванильный, пломбир с различными наполнителями, пломбир с вафлями и так далее.

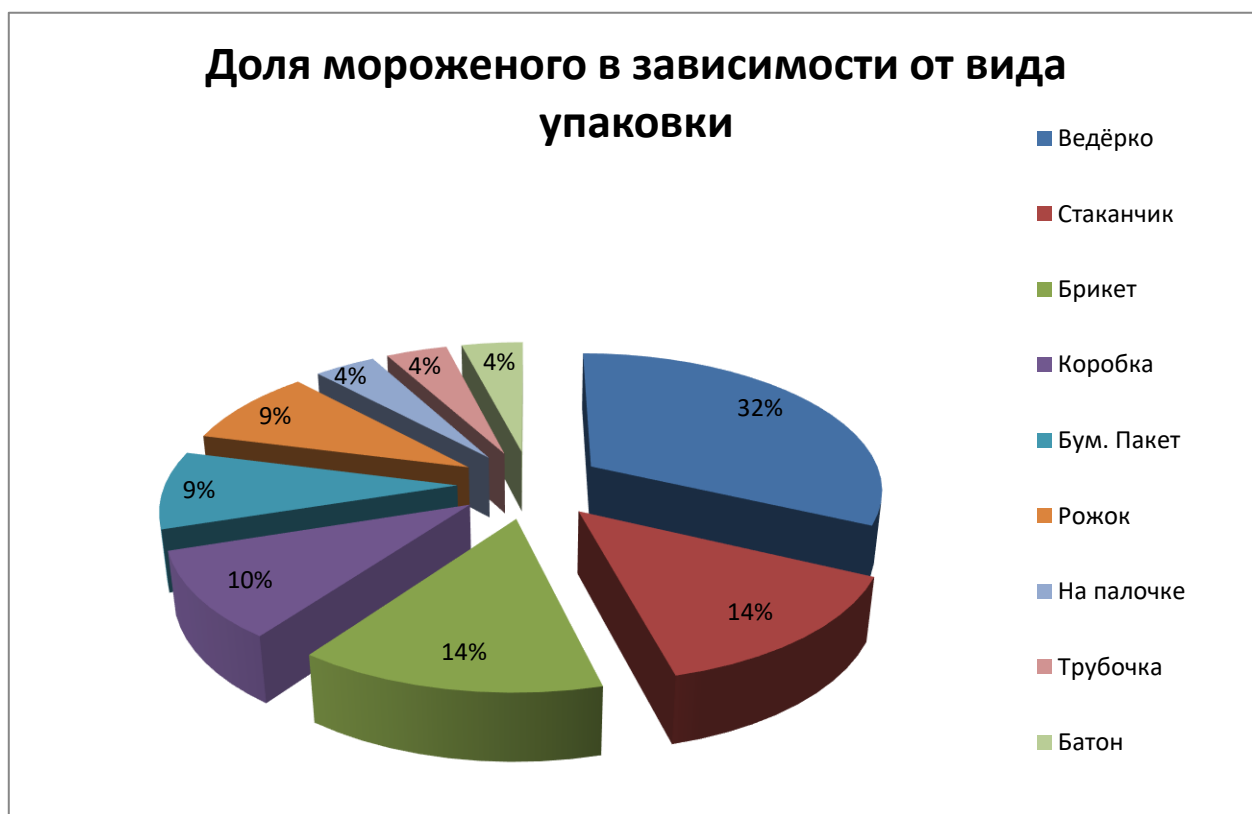
По весу пломбира более всего упаковок массой около 70-140г., то есть преобладает мелкофасованная продукция-35%.

Ассортимент вида упаковок пломбира



ИДЕИ И ПРОЕКТЫ МОЛОДЕЖИ РОССИИ

Проанализировав формы выпуска мороженого, выявили, что больше всего среди ассортимента супермаркета «Лента» пломбира в ваночках, или разного вида ведерках - 14%. Доля остального мороженого представлена на рисунке б.



Вывод: по результатам исследования ассортимента получили, что процент по ГОСТу мороженого в ассортименте составил 49%. Чаще всего среди производителей холодного десерта встречаются такие торговые марки как «Инмарко» и «Петрохолод». Большую долю среди видов мороженого - 33% занимает пломбир с вафлями. В сумме больше всего пломбира с различными вкусами и наполнителями. Самыми популярными наименованиями мороженого являются «Золотой стандарт», «Лента», «48 копеек», «СССР». Фруктовый лед «MOVENPICK» и мороженое «Vivala Crema» являются индивидуальной особенностью ассортимента супермаркета. В сумме большую долю ассортимента занимает пломбир различных видов,

ИДЕИ И ПРОЕКТЫ МОЛОДЕЖИ РОССИИ

что и послужило причиной использовать пломбир как предмет исследования. Преобладает мелкофасованный пломбир массой 70-140 грамм. Изучение ассортимента помогло определить, какого вида мороженого представлено больше, что позволило выделить пломбир для проведения дальнейших исследований. Генеральному директору для успешной деятельности необходимо расширить свой ассортимент за счет введения в продажу мороженого других производителей, например, таких популярных как «Гроспирон», «Русский холод» и, а также путем реализации большого числа наименований мороженого.

Для проведения испытаний были взяты четыре образца пломбира различных производителей – «Как раньше», «48 копеек», «Золотой стандарт», «Чистая линия» - образцы 1,2,3 и 4 соответственно.

Результаты органолептических исследований показали, что образцы 1,2 и 3 имеют приятный вкус и запах, у образца 1 - «Как раньше» наиболее выражен ванильный аромат. В целом образцы соответствуют требованиям ГОСТ 52175-2003 по всем показателям.

Мороженое является одним из самых популярных десертов, как среди детского, так и взрослого населения нашей страны. Спрос на холодное лакомство остается устойчивым как в летний, так и в зимний период. Эти факторы обуславливают актуальность темы исследования.

В статье использованы следующие ресурсы:

<http://www.rambler.ru> - поисковая система «Рамблер»

- <http://www.torgrus.com> - сайт «Новости и технологии торгового бизнеса».
- <http://www.znaytovar.ru/> На сайте представлена подборка статей, посвященных характеристике потребительских свойств товаров, вопросам экспертизы и идентификации, обнаружения фальсификации товаров.
- <http://www.consultant.ry> – справочно-правовая система Консультант Плюс.
- <http://www.garant.ru> – справочно-правовая система Гарант.
- <http://www.retailer.ru> - сайт Сообщества профессиональной розничной торговли.
- <http://www.retailerclub.ru> – учебно-информационный проект Супер-розница.

ИДЕИ И ПРОЕКТЫ МОЛОДЕЖИ РОССИИ

- <http://www.sovtorg.ranor.ru> – сайт «Современная торговля».

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Алексеев Н.С. Теоретические основы товароведения непродовольственных товаров: Учебник. – М.: Экономика, 2012.
2. Ассортиментная политика фирмы: учебно-практическое пособие/ В.В. Зотов. – М.: Эксмо, 2006. – 240 с.
3. Грундке Г. Основы общего товароведения. – М.: Экономика, 2011.
4. Закон РФ от 7 февраля 1992г. № 2300-1 «О защите прав потребителей» (доп. и изм. от 09.01.96 № ФЗ-2 и от 17.12.99 № ФЗ-212,2004).
5. Зубкова И.Н. Организация торговли непродовольственными товарами. – М.: Издательский дом «Дашков и К», 2000. – 218 с.
6. Котлер Ф. Маркетинг и менеджмент. – СПб., Издательство «Питер», 1999.
7. Кренделл Р. 1001 способ успешного маркетинга. – М.: ФАИР-ПРЕСС, 2009.
8. Памбухчиянц О.В. Технология розничной торговли. – М.: Издательский дом «Дашков и К», 2000. – 184 с.
9. Сероштан М.В. Качество непродовольственных товаров. – М.: Дашков и К, 2000.
10. Симонова А.П. Ассортиментная политика фирмы. – Минск: Высшая школа, 2006. – 423 с.
11. Снегирев В. Розничный магазин. Управление ассортиментом по товарным категориям – СПб.: Питер, 2007. – 416 с.
12. Теоретические основы товароведения: учебное пособие / В.Е. Сыцко [и др.]; под общ. ред. В.Е. Сыцко. – Минск: Высшая школа, 2009. – 208 с.
13. Товароведение и экспертиза потребительских товаров: В.Е. Садовский Учебник. – М.: ИНФРА-М, 2005. – 544 с.
14. Федеральный закон от 27 декабря 2002г. № 184-ФЗ «О техническом регулировании».
15. Щур Д.Л., Труханович Л.В. Основы торговли. Розничная торговля. – М.: Издательство «Дело и Сервис», 1999. – 704 с.