

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВА-  
ТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ  
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«БЕЛГОРОДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ  
ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
(НИУ «БелГУ»)

ИНСТИТУТ ИНЖЕНЕРНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ И ЕСТЕСТВЕННЫХ НАУК  
КАФЕДРА ТЕХНОЛОГИИ ПРОДУКТОВ ПИТАНИЯ

**Формирование ассортимента, анализ качества и оценка  
конкурентоспособности мучных кондитерских изделий  
реализуемых в розничном торговом предприятии  
(на примере ЗАО «Тандер» (Белгородский филиал)  
магазин «Магнит-Норильск»)**

**Выпускная квалификационная работа**

**студентки дневного отделения 4 курса группы 07001217**

**Сотниковой Антонины Александровны**

**Научный руководитель  
ст. преподаватель Коротких И. Ю.**

**БЕЛГОРОД 2016**

## Содержание

Введение.....	3
1. Теоретические основы формирования ассортимента и оценки конкурентоспособности мучных кондитерских изделий в рыночных условиях.....	6
1.1. Состояние и перспективы развития рынка мучных кондитерских изделий.....	6
1.2. Классификация и характеристика ассортимента мучных кондитерских изделий.....	10
1.3. Требования к качеству мучных кондитерских изделий.....	17
1.4. Характеристика методов оценки качества мучных кондитерских изделий.....	23
1.5. Современные технологии производства кондитерских изделий и методы оценки их конкурентоспособности.....	25
1.6. Факторы, влияющие на качество, формирование ассортимента и конкурентоспособность мучных кондитерских изделий.....	30
2. Исследование ассортимента, качества и конкурентоспособности мучных кондитерских изделий.....	36
2.1. Организационно-экономическая характеристика магазина «Магнит-Норильск».....	36
2.2. Характеристика ассортимента мучных кондитерских изделий и исследование проблем его формирования в магазине «Магнит-Норильск».....	48
2.3. Методология и организация контроля качества мучных кондитерских изделий в розничном торговом предприятии.....	51
2.4. Анализ и экспертиза качества мучных кондитерских изделий, реализуемых в магазине «Магнит-Норильск».....	54
2.4.1. Объекты и методы исследования.....	54
2.4.2. Результаты органолептической оценки качества.....	58
2.4.3. Результаты физико-химической оценки качества.....	60

2.5. Оценка конкурентоспособности мучных кондитерских изделий различных производителей, реализуемых на предприятии.....	62
2.6. Направления совершенствования ассортимента, повышения качества и конкурентоспособности мучных кондитерских изделий, реализуемых в розничном торговом предприятии.....	67
Заключение.....	75
Список использованных источников.....	77
Приложения.....	80

## Введение

Кондитерские товары – это изделия, большая часть которых состоит из сахара или другого сладкого вещества (меда, ксилита, сорбита), а также па-токи, различных фруктов и ягод, молока, сливочного масла, какао-бобов, ядер орехов, муки и других компонентов. В основном это сладкие продукты, отличающиеся приятным вкусом и ароматом, красивым внешним видом, высокой пищевой ценностью, калорийностью и хорошей усвояемостью.

Мучные кондитерские изделия занимают второе место после сахаристых по объему выпускаемой продукции. Изготавливают их как на предприятиях кондитерской, хлебопекарной промышленности, общественного питания, так и в домашнем хозяйстве.

Под мучными кондитерскими изделиями подразумевают кондитерские изделия из муки преимущественно с высоким содержанием сахара, жира и яиц. Они обладают высокой пищевой ценностью, хорошей усвояемостью, приятным ароматом, вкусом и привлекательным внешним видом. Указанные свойства присущи этим изделиям благодаря применению для их производства разнообразного высококачественного пищевого сырья, которое в процессе переработки подвергают обработке, например, механической и термической.

В зависимости от технологического процесса и применяемого сырья мучные кондитерские изделия подразделяются на группы и подгруппы, в составе которых есть продукты для диетического и лечебно-профилактического питания.

Кондитерская промышленность наряду с другими отраслями пищевой промышленности призвана удовлетворять потребности населения в продуктах питания. Мучных кондитерских изделий в нашей стране вырабатывается свыше 400 наименований.

Актуальность выбранной темы выпускной квалифицированной работы определяется тем, что современный рынок мучных кондитерских изделий в

последнее десятилетие стал динамично развиваться в нашей стране. В производстве мучных кондитерских изделий производители начинают задействовать новейшие технологии, качественные ингредиенты. Исходя из этого, настоящая дипломная работа проводится с целью рассмотрения анализа ассортимента и оценки качества и конкурентоспособности мучных кондитерских изделий, реализуемого в магазине «Магнит-Норильск».

Целью работы является изучение особенностей формирования ассортимента, анализ качества и оценка конкурентоспособности мучных кондитерских изделий, реализуемых в розничном торговом предприятии.

Для осуществления этой цели были решены следующие задачи:

- рассмотрено состояние и перспективы развития рынка мучных кондитерских изделий;
- дана классификация мучных кондитерских изделий;
- выявлены требования к качеству мучных кондитерских изделий;
- рассмотрены современные технологии производства кондитерских изделий и методы оценки их конкурентоспособности;
- рассмотрена организационно-экономическая характеристика магазина «Магнит-Норильск»;
- дана характеристика мучных кондитерских изделий реализуемых и изучены проблемы его формирования в магазине «Магнит-Норильск»;
- изучена методология и организация контроля качества мучных кондитерских изделий в розничном торговом предприятии;
- проведен анализ и экспертиза качества мучных кондитерских изделий, реализуемых в розничном торговом предприятии;
- дана оценка конкурентоспособности мучных кондитерских изделий различных производителей, реализуемых на предприятии;
- предложены направления совершенствования ассортимента, повышения качества и конкурентоспособности мучных кондитерских изделий, реализуемых в розничном торговом предприятии.

Объектом исследования является магазин «Магнит-Норильск».

Предметом исследования является изучение, оценки и анализа качества мучных кондитерских изделий.

Теоретической основой выполнения выпускной квалифицированной работы являются: нормативные документы, статистические данные, научная и методическая литература. Научные исследования проводили такие авторы как: Малютенкова С. М., Рыжакова А. В., Чепурной И.П., Шепелев А. Ф. и др. При написании работы были использованы органолептический, расчетный, и физико-химический методы исследования.

Работа состоит из введения, двух глав, заключения, списка использованных источников и приложений.

# **1. Теоретические основы формирования ассортимента и оценки конкурентоспособности мучных кондитерских изделий**

## **в рыночных условиях**

### **1.1. Состояние и перспективы развития рынка мучных кондитерских изделий**

Мучные кондитерские изделия относят к продуктам с высокой степенью проникновения – это продукция будничного спроса. Почти 95% россиян покупают выпечку для ежедневного чаепития. Основными потребителями кондитерских изделий являются женщины 30-39 лет и 50-65 лет (это 55% опрошенных), треть приходится на детей и подростков в возрасте до 18 лет и оставшуюся долю занимают любители мучных кондитерских изделий лица мужского пола.

Потребители старшего возраста отдают предпочтение отечественной продукции, в основном приобретая сухое и сахарное печенье, пряники. Они еще помнят советские времена, когда печенье и пряники обладали большими вкусовыми характеристиками. Сам товар при этом имеет гораздо большее значение, чем его образ. Кроме того, у этой категории покупателей существует предубеждение, что иностранная продукция может быть менее натуральной и качественной. У молодого же поколения, напротив, востребованы новинки кондитерского рынка, с каждым годом все более качественные и дорогие. Все же независимо от возраста всех потребителей объединяет одно – стремление получать наслаждение при употреблении кондитерских изделий, а товар «для удовольствия» всегда иметь в виду большее разнообразие и оригинальность [15].

Это, в свою очередь, сформировало основную особенность российского рынка мучных кондитерских изделий – наличие большого количества производителей. Выпеканием занимаются как специализированные кондитерские фабрики и хлебозаводы, так и небольшие пекарни, способные оперативно реагировать на стремительно меняющийся потребительский спрос.

Впрочем, такая ситуация обусловлена и высокими транспортными расходами, которые являются серьезным ограничением для активной дистрибуции и широкой территориальной представленности региональных игроков на федеральном уровне, и зачастую локальные бренды, формирующие кондитерский рынок конкретного региона, практически незаметны в масштабах страны.

Но есть и крупные игроки со значительными размерами оборотного капитала и обширными рекламными возможностями. Причем это как сугубо отечественные производители, так и иностранные компании, инвестировавшие в российский бизнес и создавшие на территории России свои производственные площадки. Так, в 2013 году 18% рынка кондитерских изделий в стоимостном выражении занимала компания Mars Inc. На втором месте с долей более 16% находился холдинг «Объединенные кондитеры». Пятая часть рынка совокупно пришлась на Mondelez International Inc и Nestle SA.

В 2011-2012 годах рынок мучных кондитерских изделий характеризовался умеренным ростом. В 2013 году рынок стагнировал: изменившись на 0,2%, по итогам 2013 года объем рынка составил 1,6 млн тонн, это произошло на фоне незначительного увеличения производства [32].

Таким образом, можно сказать, что российский рынок кондитерских изделий характерен насыщением, особенно в традиционных сегментах, таких как сушки, пряники, печенье, вафли, и оптимальной возможностью для дальнейшего наращивания объемов выпуска отечественной продукции и увеличения привлекательности кондитерского рынка является его экспорт ориентированность, что мы и отмечаем в последние годы. Например, в 2013 году прирост экспорта был равен 40%. На сегодняшний день российская выпечка поставляется преимущественно в Казахстан (до 45%) и Беларусь (13%).

Если говорить об иностранной продукции на территории РФ, то в 2013 году доля импорта на рынке мучных кондитерских изделий в целом была на уровне 4,5%. При этом, если в традиционных для России видах продукции, например, сушках и пряниках, импорта практически нет, то отечественное



печенье и вафли вынуждены делить рынок с иностранными аналогами. Здесь достаточно прочные позиции удерживали украинские производители.

В исследовательской статье Юлии Шпонкиной, руководителя отдела маркетинговых исследований в 2007-2009 годов объем импорта мучных кондитерских изделий в России характеризовался отрицательной динамикой: за два года поставки сократились на 19%. В 2010 году объемы ввезенной зарубежной продукции стали восстанавливаться, а в 2011 году и вовсе превысили докризисные показатели. В 2013 году на российский рынок поступило 73 тыс. мучных кондитерских изделий, что на 8% больше показателя предыдущего года. Лидером по ввозу выпечки на территорию России в обозримой ретроспективе являлась Украина: на ее долю в структуре импорта мучных кондитерских изделий в 2013 году пришлось 54%. В 8 раз меньше россияне приобрели польской продукции, и замыкает тройку лидеров Германия с показателем 5,2%. В свою очередь, для Украины, поставки продовольственных товаров в Россию не являются наиболее значимыми, они занимают 4 место в структуре экспорта с долей в 11,4%, тогда как 39,2% в 2013 году приходилось на продукцию машиностроения. Например, для украинских производителей вагонов и локомотивов, электродвигателей, генераторов, ядерных реакторов, деталей для самолетов, Россия является основным рынком сбыта. По прогнозам Intesco Research Group, в среднесрочной перспективе присутствие зарубежных товаров на отечественном рынке заметно не изменится. В случае сохранения обостренной ситуации с Украиной доля импорта снизится до 2,5%, но в любом случае, это не изменит конъюнктуру российского рынка. При благоприятном сценарии, доля импорта останется неизменной (4,5%), а к 2016 году прибавит десятые доли процентных пунктов.

Вследствие жесткой конкуренции на рынке производителям приходится приспосабливаться к желаниям потребителей, поэтому многие компании выбирают путь расширения ассортимента, ежегодно выпуская по 10-30 новинок. При этом разработчики стараются предложить не просто вариации уже существующих наименований, а необычные продукты, часть из которых

даже претендует на инновации – рецептурой, технологией приготовления, видом продукта, нестандартными начинками.

В целом тенденции развития сегмента кондитерских изделий схожи с теми, что существуют во многих других секторах пищевого рынка. Популярно создавать новые продукты в рамках уже существующих категорий. Так, в сегменте вафель появились трубочки, мягкие вафли, «домашние» вафли, вафельные пирожные.

Одним из перспективных направлений рынка является «усложнение» продукции за счет компиляции нескольких видов кондитерских изделий: например, печенье с прослойкой зефира или мармелада, торт-мороженое, кексы с маршмеллоу и т.д.

За последние три года – расширился сегмент этнической и религиозной кухни, в регионах запущены отдельные линии и целые производства соответствующей продукции, увеличивается спрос на изделия с маркировкой Halal и Kosher. Татарстанская ООО «Компания Ясен» выпускает печенье «Христианский – постный», «Халяль», «Кошерный продукт», вегетарианское печенье. Раньше понятие «халяль» у многих ассоциировалась лишь с мясной продукцией, но на сегодняшний день на прилавках многих магазинов и супермаркетов можно встретить и кондитерские изделия, изготовленные по исламским требованиям (торты «Батыр», «Ясмин» от кондитерской фабрики «Рада», печенье «Медовое», «Имбирное» от ООО «Баракат»). Таким образом, кондитерские предприятия стремятся удовлетворить запросы всех категорий потребителей [31].

Для потребителей все больший вес приобретает такая черта продукции, как натуральность. Так, компания «Сладкая слобода» подчеркивает, что их печенье «Деревенское глазированное» изготовлено на настоящем деревенском молоке. На упаковке рулета «Торнадо» – пометка «Содержит настоящий джем». На рынок выходят продукты с пониженным содержанием сахара и искусственных добавок, такие как коллекция конфет «Эльдорадо» терского дома «Шандени» или «Халва лайт» без сахара компании «Сладоград». чаще

производители выпускают кондитерские изделия на основе растительных ингредиентов и наносят маркировку «Можно употреблять в пост» (овсяное и сдобное печенье под брендами «Штучки» и «Посиделкино» КО «Любимый край»). Это объясняется тем, что во время поста спрос на кондитерские изделия резко снижается, поэтому производитель стремится донести до потребителя информацию о том, что их продукт подходит для употребления и в этот период. В целом, рынок кондитерских изделий в России развивается естественным образом за счет постепенного увеличения благосостояния населения и среднедушевых доходов, ведь расходы на кондитерские изделия составляют около 10% итогового продуктового бюджета малообеспеченных жителей и 16% бюджета высокодоходных слоев населения. И с каждым годом потребители готовы платить все больше за качественные, полезные и оригинальные кондитерские изделия [32].

## **1.2. Классификация и характеристика ассортимента мучных кондитерских изделий**

К мучным кондитерским изделиям относят, изделия, приготовленные из муки с добавлением сахара, молока, жира, яиц и других продуктов. Наряду с хорошим вкусом они характеризуются высокой питательностью и энергетической ценностью. В их состав входят белки, жиры, углеводы, минеральные вещества, витамины. Содержание этих веществ в отдельных видах изделий неодинаково и зависит от их рецептуры и сорта используемой для их муки. Разрыхлители теста при изготовлении мучных кондитерских изделий, используют в основном химические, которые при воздействии высокой температуры разлагаются с выделением газообразных продуктов. Дрожжи используют лишь для некоторых изделий, которые содержат низкое количество жира и сахара, так как они угнетают жизнедеятельность дрожжевых клеток.

По мнению В. А Тимофеева в зависимости от рецептуры и способа приготовления мучные кондитерские изделия можно подразделить на следу-

ющие группы: печенье, крекер (сухое печенье), галеты, пряники, вафли, пирожные и торты, кексы и ромовые бабы [27].

Самый распространенный вид мучных кондитерских является печенье. Для приготовления печенья используют пшеничную муку, высшего, первого или второго сорта с обязательным добавлением жира и сахара. Форма может быть квадратной, прямоугольной, круглой или фигурной.

В зависимости от рецептуры и особенностей производства печенье подразделяется на сахарное (выпекаемое из пластичного, легко рвущегося теста), затяжное (выпекаемое из эластично-упругого теста) и сдобное.

Сахарное печенье – имеет сладкий вкус, темную окраску поверхности, хрупкую, рассыпчатую консистенцию, характерный рисунок, хорошо набухает в воде. Ассортимент сахарного печенья довольно таки разнообразен. Из муки высшего сорта производится: Апельсиновое, Земляничное, Лимонное, Юбилейное, К чаю, Сливочное. Из муки первого сорта: Чайное, Шахматное, Сахарное; из муки второго сорта – Новость, Комбайнер, Смесь № 5 и др.

Затяжное печенье готовят из эластично-упругого, трудно рвущегося теста, поэтому при формировании изделий наносят проколы, которые способствуют выходу из теста газообразных продуктов и предотвращают образование деформаций, вздутий и раковин вследствие неравномерного скопления газов. Печенье затяжное из-за меньшего содержания сахара имеет более светлую окраску. Оно характеризуется большей прочностью и слоистой структурой, меньшей набухаемостью. Ассортимент: из муки высшего сорта: Детское, Мария, Школьное, Ленинградское; из муки первого сорта: Спорт, Крокет, Дальневосточное; из муки второго сорта – Смесь № 1.

Сдобное печенье в отличии от сахарного готовится с использованием значительного количества сахара, жира, яиц, орехов, вкусовых добавок. По рецептуре вкусовым качествам и энергетической ценности сдобное печенье не уступает пирожным и тортам. Большое количество сдобного печенья имеет отделку поверхности (глазировку, обсыпку ореховой крошкой и др.) или прослойку из различных видов конфетных масс.

В зависимости от приготовления сдобного печенья его делят на следующие виды: песочное; сбивное; миндально-ореховое; сухарики.

Печенье песочное изготавливают с применением большого количества жира и сахара; оно характеризуется рассыпчатой структурой (Песочное, Листки, Масляное и др.)

Печенье сбивное готовят путем сбивания яиц (или только белка) с сахаром и последующего добавления небольшого количества муки, а в некоторые виды – тертых орехов. Изделия характеризуют хорошей пористостью (Ореховое, Сахарное, Палочка-выручалочка и др.)

Миндально-ореховое печенье изготавливают из сахара, яиц, муки, орехов. В отличие от сбивного тесто получают путем замешивания. Изделия имеют более плотную структуру.

Сухарики имеют форму ломтиков. Изготавливают из муки, сахара, яиц, жира с добавлением изюма и цукатов готовят тесто, из которого выпекают хлебцы, затем их охлаждают, нарезают и слегка подсушивают (Московские хлебцы).

Крекер отличается от печенья тем, что совсем или почти не содержит сахара. По внешнему виду напоминает затяжное печенье. Характерными особенностями крекера являются слоистая структура и наличие пузырей на поверхности или вкраплений вкусовых добавлений (тмина, соли и др.).

В зависимости от рецептуры и способа приготовления крекер делят на группы: первая – на дрожжах и химических разрыхлителях или только на дрожжах, с жиром; вторая – на дрожжах, с жировой прослойкой; третья – на дрожжах, без жира; четвертая – на дрожжах или дрожжах и химических разрыхлителях, с жиром и вкусовыми добавками (тмином, анисом, сыром и др.). Ассортимент: Здоровье, Столовый, К завтраку, Крекер с сыром, Крекер с анисом, Ароматный, Пикантный и др.

Галетами называют плоские изделия прямоугольной, квадратной или круглой формы, с проколами на поверхности, слоистой структуры. В зависимости от способа приготовления галеты подразделяют на три группы: первая

– простые, не содержащие жира и сахара; вторая – улучшенные, содержание жира не менее 10,5% (на сухое вещество), но без сахара; третья – диетические, с сахаром и жиром.

Простые галеты выпекают из пшеничной муки первого и второго сорта и обойной. Ассортимент: Поход (из муки второго сорта).

Улучшенные галеты выпекают из муки высшего сорта с добавлением жира. Ассортимент: Арктика.

Диетические галеты могут быть с повышенным и пониженным содержанием жира. Количество сахара в этих галетах соответственно не менее 12 и 14%. Ассортимент: Спортивные, Чемпионат, Режим.

Простые и улучшенные галеты используют как сухие концентраты, заменяющие хлеб. Диетические галеты по составу и использованию близки к печеню.

Пряники – это старинные русские изделия пряно-сладкого вкуса, мягкой консистенции. От печеню они отличаются большим содержанием сахара и воды, меньшим – жира или его отсутствием, наличием пряностей.

Для приготовления пряничного теста кроме муки и сахара добавляют инвертный сироп, мед, меланж, химические разрыхлители, пряности (корицу, гвоздику, мускатный орех, кардамон, бадьян, анис, тмин, имбирь, кориандр и др.), ароматические эссенции, мятное масло. В зависимости от рецептуры пряники делят на сырцовые и заварные.

Для сырцовых пряников тесто готовят в три стадии: завариванием муки горячим (выше 69 °С) сахаро-паточным или медовым сиропом, охлаждение заварки, замес заварки с остальными видами сырья. Пряники из заварного теста имеют более темный цвет, дольше не черствеют, ароматнее. Ассортимент: из муки высшего сорта – Любительские, Невские; из муки первого сорта – Северные, Сахарные, Медовые; из муки второго сорта – Молодежные, Карельские.

Пряники в зависимости от формы, размера и наличия начинки делят на пряники различной формы без начинки; пряники с различной формой с

начинкой; пряники типа коврижки (с начинкой и без). По внешнему виду пряники выпускают глазированные сахарным сиропом, сахарным сиропом с добавками, шоколадом или жировой глазурью, обсыпкой сахаром и т.д.

Вафли – сухие, хрустящие, легкие, мелкопористые изделия, изготовленные из жидкого сбивного теста в виде листов или различных тонкостенных фигур (раковин, стаканов, трубочек, орехов и др.), с начинкой или без нее. По форме вафли бывают прямоугольными, круглыми, фигурными и в виде палочек.

Вафли могут быть частично или полностью глазированы шоколадной глазурью или иметь другую внешнюю отделку.

Сырьем для изготовления вафель служат мука высшего сорта, яичные желтки, соль и сода. В некоторые сорта вводят также сахар, сухое молоко и другое сырье. В качестве начинок используют фруктовые, помадные, ореховые (пралиновые) конфетные массы, а также жировые массы, которые готовят из сахарной пудры, гидрожира, обрезков этих вафель и различных вкусовых добавок.

Вафли с начинками: с фруктовыми – Школьные, Фруктовые, Таежные и др., помадными – Фруктово-помадные; ореховыми – Ракушки, Орешки, Миндаль, Ореховые; жировыми – Лимонные, Апельсиновые, Ягодные, Снежинка, Сливочные и др.

Вафли без начинки (Динамо) вырабатывают, добавляя в рецептуру жир, сахар и др. добавки. В зависимости от вкусовых добавок различают три разновидности этих вафель: ванильные, кофейные и шоколадные. Вафельные листы используют в промышленности.

Пирожные и торты – высококалорийные кондитерские изделия, содержащие помимо муки большое содержание жира, сахара, белка. Они характеризуются хорошими вкусовыми свойствами, красивым внешним видом. Торты отличаются более крупными размерами (от 250 г и более) и сложной художественной отделкой, разнообразием украшений. Пирожные – штучные

изделия разнообразной формы и небольшого размера. Средняя масса пирожных – 50-100 г и отделка более простая.

Изготовление пирожных и тортов включает изготовление полуфабрикатов, отделочных материалов и оформление изделий. Основным сырьем для полуфабрикатов являются мука высшего сорта, сливочное масло, яйца или меланж, сахар. В зависимости от рецептуры и особенностей приготовления выпеченные полуфабрикаты подразделяют на следующие виды, бисквитный, песочный, слоеный, заварной, сахарный, белково-сбивной (воздушный), крошковый, миндально-ореховый.

Бисквитный полуфабрикат характеризуется пышной структурой, мягкой консистенцией, желтым цветом. Изготавливается путем сбивания яиц с сахаром и последующего замешивания приготовленной массы с мукой. Готовое бисквитное тесто выпекают в формах или на противнях в виде небольших лепешек или пластов.

Из этого полуфабриката изготавливают пирожные многих видов, которые отличаются друг от друга различным типом отделочных полуфабрикатов, рисунком и формой, а также торты (Бисквитно-кремовый, Трюфельный, Кофейный, Подарочный, Фигурный, Отелло, Фруктовый и др.).

Песочный полуфабрикат имеет плотную структуру, рассыпчатую консистенцию. В тесто вводится большое количество жира, сахара, яиц. Тесто выпекают в формочках, в виде пластов, которые после выпечки нарезают на куски определенных размеров, и в виде фигурных изделий (колец, полумесяца и др.). Из этого полуфабриката готовят пирожные (корзиночки, кольца), торты (Песочный-кремовый, Песочно-фруктовый и др.).

Слоеный полуфабрикат состоит из большого количества тонких слоев, легко отделяемых друг от друга. Слоистость достигается благодаря многократному складыванию и раскатыванию теста, приготовленного из муки, меланжа, воды и соли, внутрь которого завернут кусок масла. Из слоеного полуфабриката изготавливают трубочки (путем наматывания ленты теста на



полые металлические шаблоны), пирожные (Бантики, Яблочное), торты (Слоеный с кремом и др.).

Заварной полуфабрикат изготавливается из большого количества яиц, муки, масла и соли. Свойства теста и условия приготовления таковы, что в процессе выпечки внутри полуфабриката образуется полость, которая при отделке заполняется кремом или другой начинкой. Из этих полуфабрикатов изготавливают пирожный (Заварное, Кольца заварные и др.).

Сахарный полуфабрикат характеризуется большой твердостью и хрупкостью. Тесто готовят из муки, молока, меланжа, сахара и выпекают в виде тонких пластов, которым в горячем виде придают форму трубочек, и в дальнейшем заполняют их кремом.

Белково-сбивной полуфабрикат представляет собой пористую хрупкую массу, полученную выпеканием сбитых с сахаром яичных белков. Готовят в виде лепешек разной величины, которые в дальнейшем используют для приготовления пирожных (Лотос, Воздушное, или Безе, Георгин и др.), а также для отделки тортов (Фигурный, Осень и др.).

Крошковый полуфабрикат имеет темный цвет. Основной частью рецепта являются крошки, полученные протираaniem обрезков уже готовых полуфабрикатов. Пирожное «Картошка» готовят без выпечки путем смешивания крошки, крема, сахарной пудры, ромовой эссенции и формирования полученной массы в виде картошки с последующей обсыпкой поверхности какао-порошком.

Миндально-ореховый полуфабрикат получают в результате выпечки теста, приготовленного из сбитых с сахаром яичных белков, тертого миндаля, муки и отсаженного в виде лепешек (пирожные Миндальное, Ореховое, торт Миндально-фруктовый и др.).

Для приготовления тортов в качестве выпеченных полуфабрикатов применяют также вафли (Шоколадно-вафельный, Сюрприз, Полярный и др.).

В качестве отделочных полуфабрикатов используют различные виды кремов, помаду, орехи, варенье, мармеладную массу, цукаты, а для них тор-

тов и пирожных – ароматизированный сироп. Основными разновидностями кремов являются белково-сбивной и масляный (сливочный).

Кексы выпекают из сдобного теста с добавлением цукатов, изюма, корицы, шафрана, орехов и др. Различают кексы по обработке поверхности: сахарной пудрой, дроблеными орехами; по форме: полено, прямоугольные, круглые. Ассортимент: Московский, Миндальный, Цитрусовый (на химических разрыхлителях); на дрожжах: Весенний, Российский, Домашний.

Ромовая баба – изделие из дрожжевого сдобного теста с изюмом, массой не менее 100 г. Имеет форму цилиндра или усеченного конуса с гладкой или ребристой боковой поверхностью, со сквозным отверстием в центре, обильно пропитано сахарным сиропом с ромовой эссенцией; поверхность покрыта сахарной глазурью.

Рулеты изготавливают с начинкой из бисквитного теста. На выпеченный пласт наносят слой начинки (фруктовой, кремовой, мака и др.), свертывают в виде рулета и нарезают на куски. Рулеты готовят двух видов: весовые и штучные [13].

К качеству мучных кондитерских изделий предъявляют ряд требований, которые мы рассмотрим в следующем параграфе.

### **1.3. Требования к качеству мучных кондитерских изделий**

Органолептические показатели характеризуют форму, поверхность, цвет, вкус и запах, вид в изломе. Эти показатели должны соответствовать требованиям, указанным в нормативном документе ГОСТ 24901-89 «Печенье. Общие технические условия» [5].

При оценке качества сахарного и затяжного печенья нормируются размеры изделий по длине, ширине, диаметру и толщине в зависимости от его формы. Печенье квадратной формы должно иметь размеры по длине и ширине не более 65 мм; прямоугольной формы – длину не более 90 мм, ширину не более 65 мм. Диаметр круглого печенья, согласно нормам стандарта, дол-

жен быть не более 70 мм, фигурного – 75 мм. Толщина сахарного и затяжного печенья должна быть независимо от формы не более 7,5 мм, фигурного песочного – 20 мм. В наборах сдобного печенья допускается отклонение от массы каждого наименования в размере  $\pm 10\%$ . Рассмотрим подробнее вышеперечисленные показатели.

Для сахарного и затяжного печенья форма должна быть правильной, соответствующая данному наименованию печенья без вмятин, края печенья должны быть ровными или фигурными. Допускаются изделия с односторонним надрывом (след от разлома двух изделий, слипшихся ребрами во время выпечки) не более 2 штук в упаковочной единице и не более 3% к массе в весовом печенье и печенье с количеством штук в 1 кг – не более 100, а также изделия с незначительной деформацией – не более 1 штуки в упаковочной единице массой до 400 г, не более 5% к массе в весовом печенье. Печенье, содержащее более 5% надломанного, относится к лому [16].

Форма сдобного печенья должна соответствовать данному наименованию, без вмятин. Края печенья должны быть ровными или фигурными, без повреждений. Допускается печенье, надломанное не более 3% к массе нетто на предприятиях и не более 4% – в торговой сети.

Поверхность сахарного и затяжного печенья должна быть гладкой с четким рисунком на лицевой стороне, не подгорелая, без вкраплений и крошек. Допускаются изделия с небольшими вздутиями, нечетким рисунком и слегка шероховатой поверхностью не более 1 штуки в фасованном печенье и не более 3% к массе в весовом. Поверхность глазированного печенья должна быть ровной или слегка волнистой, без следов, «поседения» и оголенных мест. Печенье, изготавливаемое на тестовыжимных машинах типа ФАК и ФПЛ, может иметь рифленую шероховатую поверхность; нижняя сторона ровная. Допускаются следы от крошек и швов листов и транспортерного полотна, не деформирующие печенье. Также допускаются изделия с углублениями в виде раковин, площадью более 20 мм<sup>2</sup> с вкраплениями крошек: не более 1 штуки в фасованном печенье и не более 4% к массе в весовом. Углубления площадью

более 20 мм<sup>2</sup> допускаются в количестве не более 4% только в весовом печенье. Для печенья, изготавливаемого на поточных линиях со стальной сплошной лентой, допускаются без ограничения наличие раковин на нижней стороне. Допускаются единичные вкрапления не полностью растворенных кристаллов сахара на поверхности печенья изготовленного с применением ПАВ (поверхностно активных веществ).

Поверхность же сдобного печенья должна быть не подгорелой, без вздутий, лопнувших пузырей и вкраплений крошек. Отделка верхней поверхности такого изделия должна соответствовать рецептуре. Поверхность обсыпанного сахаром печенья должна быть покрыта ровным слоем сахара, поверхность глазированного шоколадной глазурью печенья должна быть без следов «поседения», помадная глазурь не должна быть липкой или засахаренной. Для орехового печенья без отделки – шероховатая с характерными трещинами, допускаются вкрапления крошки ореха. Допускается шероховатая поверхность сдобного печенья, изготавливаемого с применением пшеничной обойной муки, кукурузной муки и пшеничных отрубей.

Для всех сортов печенья соответствует цвет, свойственный данному наименованию печенья, различных оттенков, равномерный. Допускается более темная окраска выступающих частей рельефного рисунка и краев печенья, а также нижней стороны печенья и темноокрашенные следы от сетки печей или трафаретов. В фасованном печенье для экспорта общий тон окраски отдельных изделий должен быть одинаковым в каждой упаковочной единице. Цвет крекера может быть неравномерным, от светло-желтого до светло-коричневого, с более темной окраской выступающих пузырей, без признаков подгорания.

Вкус и запах для всех видов печенья – свойственный данному наименованию печенья, без постороннего запаха и привкуса.

Сахарное и затяжное печенье должно быть пропеченное с равномерной пористостью, без пустот и следов непромеса. Начинка в слоеном печенье не должна выступать за края.

Для сдобного печенья: вид в изломе песочно-выемного печенья равномерно пористый без пустот, для остальных групп допускается неравномерная пористость с наличием небольших пустот. Печенье должно быть пропеченным. Начинка в слоеном печенье не должна выступать за края.

Вид в изломе крекера всех групп слоистый, без следов непромеса, с наличием вкусовых добавок или без них.

Качество печенья должно соответствовать требованиям. Данные показатели установлены в зависимости от сорта муки и класса формовочных машин. Влажность сахарного печенья – 9-10%, затяжного – 5-9,5%, сдобного – не более 15,5%. Предельное отклонение  $\pm 2\%$ . Массовая доля общего сахара в пересчете на сухое вещество (по сахарозе) должна быть не более: для сахарного печенья – 27%, затяжного – 20%, а для сдобного – не менее 12%. Массовая доля жира (%) в сахарном печенье – от 2 до 30, затяжном – от 7 до 28, сдобном – не менее 2,3 [4].

Щелочная реакция печенья обусловлена наличием в нем частично не разложившихся при выпечке химических разрыхлителей, а также продуктов их разложения. Избыточное содержание щелочных соединений в печенье нежелательно и строго нормируется показателем щелочности. Независимо от вида печенья этот показатель не должен превышать 2.

Влажность крекера не более 7%; щелочность (по фенолфталеину) – не более 2; кислотность (по фенолфталеину) – не более 2,5; РН – 7,0  $\pm 1,4$ ; содержание жира – по рецептуре, массовая доля золы, нерастворимой в 10%-м растворе соляной кислоты, – не более 0,1 %; массовая доля общей сернистой кислоты – не более 0,01%; намокаемость крекера должна быть не менее 140% (намокаемость крекера, выработанного с применением ПАВ (поверхностно активных веществ), – не менее 110%).

Также в НТД нормируется для крекера группа микробиологических показаний (МАФАМ, бактерии группы кишечной палочки, дрожжи и грибы) и содержание токсичных элементов. Намокаемость характеризует пористость

изделий: в сахарном печенье она должна быть не менее 150%, в затыжном – 130%, сахарном – 110%.

Показатели безопасности должны соответствовать по уровню содержания токсичных элементов, микотоксинов, пестицидов, радионуклидов, а также по микробиологическим показателям нормам МБГ. Содержание токсичных элементов не должно превышать следующие нормы (в мг/кг), не более: свинец – 0,5; мышьяк – 0,3; кадмий – 0,1; ртуть – 0,02; медь – 15,0; цинк – 30,0. Содержание радионуклидов в мучных кондитерских изделиях не должно превышать: цезий – 137-50 Бк/кг, стронций – 90-80 Бк/кг [1].

Качество пряников оценивают по форме (выпуклая, овальная, круглая или продолговатая); состоянию поверхности (не подгоревшая, без трещин, вздутий); цвету (заварные-коричневый, сырцовые от белого до кремового); виду на изломе (равномерно-пористые, без закала и следов непромеса); вкусу и запаху (приятные, с ясно выраженным ароматом пряностей при отсутствии постороннего). Стандартом предусмотрены нормы влажности, содержания сахара и жира для каждого наименования пряников в соответствии с их рецептурой и другие показатели.

Недопустимыми пороками пряников являются трещины, вздутия, впадины, деформация, черствение, подгорелость, липкая поверхность и не покрытые глазурью места у глазированных пряников, наличие закала, непромеса и пустот, несвойственные запахи и привкусы, в том числе привкус пригорелости в начинках.

Упаковывают, пряники, фасованные в коробки, пакеты; весовые – в ящики массой не более 20 кг. Хранят пряники при температуре 18 °С и относительной влажности воздуха не более 75%. Срок хранения в зависимости от вида изделий – от 10 до 30 дней.

Качество вафель определяют по форме (правильная, с ровными краями, без подтеков); вкусу и запаху (приятные); цвету (от светло-желтого до желтого, однородный); виду на изломе (вафельные листы с развитой пористостью, с равномерно распределенной начинкой); состоянию начинки (одно-

родная, без крупинок и комочков; жировая и пралиновая нежная, маслянистая, легко тающая). Стандартом предусмотрены также размеры, содержание жира, сахара, влажность и др.

Недопускаются к реализации вафли с саллистыми, прогорклыми, затхлыми привкусами и запахами; загрязненные, влажные на ощупь, с плесенью на поверхности, с выступающей за края начинкой и подтеками, глазированные вафли с пузырями, пятнами и трещинами, с неоднородными по окраске и консистенции начинками, а также вафли в промаслившихся пачках и коробках.

Упаковывают вафли в пачки или пакеты массой нетто до 250 г, коробки – до 1,5 кг с последующей укладкой в ящики. Нефасованные вафли укладывают в ящики рядами, с переслойкой рядов бумагой; массой нетто не более 16 кг. Хранят вафли при температуре не выше 18 °С и относительной влажности воздуха 65-70%. Гарантийные сроки хранения вафель: без начинки – 3 месяца, с начинкой – от 15 суток до 2 месяцев (в зависимости от их вида).

Пирожные и торты должны иметь правильную форму, без изломов и вмятин, боковые поверхности полностью покрыты отделочными полуфабрикатами. Вкус и запах чистые, свойственные данному изделию, без посторонних привкусов и запахов. Тесто хорошо пропеченное, без следов непромеса, прослойка равномерная. В соответствии с рецептурами в тортах и пирожных нормируются содержание сахара, жира, влаги, а также микробиологические показатели.

Не допускаются к реализации пирожные и торты, имеющие привкус недоброкачественного сырья или другие посторонние запахи и привкусы, деформированные; смазанный или расплывшийся рисунок отделки, с закалом, непромесом, посторонними включениями и загрязненные.

Торты упаковывают в художественно оформленные картонные коробки, выстланные пергаментом или под пергаментом, и перевязывают лентой, тесьмой. Пирожные укладывают в один ряд на деревянные лотки, выстлан-

ные упаковочной бумагой. Наборы пирожных (не менее пяти видов) фасуют в картонные коробки.

Торты и пирожные хранят в холодильных камерах при температуре 0-5 °С. Гарантийные сроки хранения: бисквитных с кремом – 36 часов; с заварным кремом – 3 часа; с фруктовой начинкой – 5 сут; без отделки – 10 сут; вафельных – 1 мес.

Кексы, ромовые бабы и рулеты укладывают в картонные коробки в один ряд, на деревянные или алюминиевые лотки с крышками. Хранят при температуре 5-18 °С и относительной влажности воздуха 70-75%. Гарантийный срок хранения кексов – 2-7 сут; ромовых баб – 10 сут; рулетов – 1-7 сут.

Для оценки качества мучных кондитерских изделий используются различные методы, которые мы рассмотрим в следующем параграфе.

#### **1.4. Характеристика методов оценки качества мучных кондитерских изделий**

Качество продукции – совокупность свойств определяющих пригодность и способность удовлетворять определенные потребности в соответствии с назначением. В торговой практике под качеством продукции имеется в виду соответствие всем требованиям нормативной технической документации.

Качество готовых изделий определяют в лабораториях по действующим ГОСТам и в соответствии с физико-химическими показателями, приведенными в технических условиях на мучные кондитерские изделия. Как правило, если изделия содержат сахар и жир, эти показатели анализируют. Изделия, приготовленные с использованием химических разрыхлителей, проверяют на наличие щелочи – содержание щелочи не должно превышать 2%. Влажность изделий также характеризует их качество. Определение нерастворимой в 10%-ной соляной кислоте золы, позволяет судить о наличии в изделиях посторонних примесей, в частности песка [12].



Рассмотрим более подробно характеристику методов оценки качества печенья. Органолептические показатели характеризуют форму, поверхность, цвет, вкус и запах, вид в изломе. Эти показатели должны соответствовать требованиям, указанным в нормативном документе ГОСТ 24901-89 «Печенье. Общие технические условия» [5].

При оценке качества сахарного и затяжного печенья нормируются размеры изделий по длине, ширине, диаметру и толщине в зависимости от его формы. Печенье квадратной формы должно иметь размеры по длине и ширине не более 65 мм; прямоугольной формы – длину не более 90 мм, ширину не более 65 мм. Диаметр круглого печенья, согласно нормам стандарта, должен быть не более 70 мм, фигурного – 75 мм. Толщина сахарного и затяжного печенья должна быть независимо от формы не более 7,5 мм, фигурного песочного – 20 мм. В наборах сдобного печенья допускается отклонение от массы каждого наименования в размере  $\pm 10\%$ . Рассмотрим подробнее вышеперечисленные показатели.

Для сахарного и затяжного печенья форма должна быть правильной, соответствующая данному наименованию печенья без вмятин, края печенья должны быть ровными или фигурными. Допускаются изделия с односторонним надрывом (след от разлома двух изделий, слипшихся ребрами во время выпечки) не более двух штук в упаковочной единице и не более 3% к массе в весовом печенье и печенье с количеством штук в 1 кг – не более 100, а также изделия с незначительной деформацией – не более одной штуки в упаковочной единице массой до 400 г, не более 5% к массе в весовом печенье. Печенье, содержащее более 5% надломанного, относится к лому.

Форма сдобного печенья должна соответствовать данному наименованию, без вмятин. Края печенья должны быть ровными или фигурными, без повреждений. Допускается печенье надломанное не более 3% к массе нетто на предприятиях и не более 4% – в торговой сети [13].

Для производства мучных кондитерских изделий используются различные технологии производства, которые мы рассмотрим в следующем параграфе.

### **1.5. Современные технологии производства кондитерских изделий и методы оценки их конкурентоспособности**

Мучные кондитерские изделия отличаются от других тем, что в их рецептуре входит мука. Изготавливаются они из полуфабриката, выпеченного теста при температуре, которая значительно высокая. Кроме муки, основными видами сырья в производстве мучных кондитерских изделий являются сахара, жиры, яичные и молочные продукты, ароматизирующие вещества и др. В производстве этих изделий в основном используется пшеничная мука высшего и 1-го сортов, которая вырабатывается из мягких сортов пшеницы с небольшой примесью муки из пшеницы твердых сортов. Во время замачивания водой белки набухают, образуя упругую массу – клейковину [11].

Наряду с пшеничной используют кукурузную и соевую (из проросшей сои) муку. Сахарная пудра также широко применяется в производстве мучных кондитерских изделий. В производстве мучных кондитерских изделий для рыхления теста чаще используют химические разрыхлители, чем дрожжи. Наиболее распространенные разрыхлители углекислый аммоний и двууглекислый натрий. Как кислотные компоненты могут применяться и однозамещенный фосфорнокислый кальций, и кислый виннокислый калий. Рассмотрим более подробно технологическую схему сдобного печенья.

Сдобное печенье – тип печенья с большим содержанием сахара (12-30%) и жира (10-40%), благодаря которым тесто обладает пластичностью, а выпеченное изделие – рассыпчатостью, гигроскопичностью. Свойства теста достигаются различным процентным содержанием жира и сахара, технологическими условиями его приготовления и обработки поверхности.

Технологическая схема производства сдобного печенья:

1. Подготовка сырья (распаковка ингредиентов, просеивание сыпучих ингредиентов, измельчение сахара, расплавление жиров), дозирование и взвешивание.

2. Замес теста. Для каждого вида сдобного печенья замес теста проводится по определенным правилам.

3. Формирование заготовок печенья.

4. Выпечка.

5. Охлаждение.

6. Декорирование.

7. Упаковка.

Технологический процесс изготовления печенья сдобного требует большой возможности к взбиванию маргарина с сахаром, приобретение легко взбиваемого, необыкновенного по своей пышности теста, для получения поставленной структуры готового продукта.

Печенье сдобное производят из пластичного теста с содержанием большого количества сахара и жира.

В зависимости от состава, соотношения сырья и вида теста сдобное печенье подразделяют на песочное, сбивное, ореховое, сухарики. К сдобному печенью относятся также несколько сортов изделий, основой которых является заварной полуфабрикат, изготавливаемый по технологии заварных пирожных («Мечта», «Каштаны»). Технологические схемы производства различных групп сдобного печенья отличаются способами приготовления и формования теста. Рассмотрим более подробно производство песочного печенья с технологической точки зрения и с точки зрения оснащения оборудованием.

Печенье подразделяется на два вида: песочно-выемное и песочно-отсадочное. Песочно-выемное сдобное печенье содержит большое количество жира и сахара и готовится из пластичного теста. Замешивают тесто в универсальных месильных машинах с Z-образными лопастями. Сырье загружают в месильную машину в определенной последовательности и перемешивают.

вают в течение 10-15 минут. Затем добавляют яичный порошок или меланж при необходимости, сгущенное молоко, и воду и вновь перемешивают 5-8 минут, после чего вносят муку, сироп глюкозы и крахмал и всю смесь перемешивают еще 2-4 минуты. При механизированной формовке на ротационных машинах замес теста проходит несколько иначе, но учитывая, что основная масса изделий на мелких предприятиях выпускается ручным способом, мы более детально остановимся именно на этом варианте. При формировании теста ручным способом готовое тесто кусками массой 7-8 кг раскатывают скалкой на столе вручную. Стол и скалку предварительно подпиливают мукой, кусок теста разминают на столе рукой, а затем раскатывают в двух направлениях до получения равномерного пласта толщиной около 5 мм. Специальными фигурными выемками вырезают заготовки печенья, которые затем выпекаются в печах различных моделей. Такова вообще технология производства песочно-выемного печенья. Оборудование, необходимое для организации такого производства – это обычный Z-образный тестомес. Такие машины широко распространены и применяются для замешивания не только теста для песочного печенья, но и для дрожжевого, недрожжевого, крутого бараночного, теста для пельменей, и даже для промешивания колбасного фарша. Месильное корыто и крышка выполнены из нержавеющей стали, лопасти литые Z-образные. Машины выпускаются в двух исполнениях: с рубашкой – для охлаждения (нагрева) продукта, и без рубашки. Различные скорости вращения лопастей (передней и задней) приводят к более равномерному замесу теста, интенсифицируют процесс замеса, предотвращают налипание теста на лопасти. Для процесса формовки (вырубки) существуют разнообразные фигурные вырубки из белой жести. Большой выбор форм («ромашка», «бабочка», «грибок», «елочка», «комета», «облако», карточная тема: «крести», «пики» и т.д.) позволяет вырабатывать печенье различных форм, что приводит к увеличению ассортимента выпускаемых изделий. Формовка печенья может осуществляться с помощью ротационных формующих машин различных производителей. Выпечка печенья осуществляется в печах раз-

личных моделей – от небольших конвекционных до ротационных печей. Они должны иметь малое время разогрева, мощную поворотную платформу, освещение камеры и герметичную дверь с термостойким уплотнением. Хорошо отрегулированные зазоры в пекарной камере обеспечивают равномерную выпечку изделий. Одно и то же печенье выглядит совсем по-разному в зависимости от отделки поверхности. Наиболее часто применяется глазирование поверхности печенья шоколадом или цветными глазурями. Для этого печенье погружают в разогретую до +40 °С глазурь, а затем охлаждают до полного застывания шоколада в холодильной камере при температуре +8-+10 °С. В зависимости от сорта изделий глазируют всю поверхность, половину поверхности, верхнюю или нижнюю поверхность изделий. Отдельные сорта изделий до застывания шоколада посыпают измельченным орехом, или с помощью гребенки наносят рисунок, другие – прослаивают фруктовой (или кремовой) начинкой. Для этого на нижнюю поверхность охлажденного печенья отсаживают шприцевальным мешком или другим приспособлением начинку и покрывают ненамазанным печеньем, слегка прижимая его для лучшей склейки. Затем склеенные начинкой печенье полностью покрывают слоем разогретого шоколада, а середину поверхности посыпают дробленым орехом [12].

В настоящее время многие фирмы предлагают широкий выбор кондитерских ингредиентов, для производства печенья, позволяющих превратить обыкновенное печенье в произведение искусства (производство цветных глазурей и кувертюр, фруктовых начинок и кремов для прослойки, крокантов, сахарных, ореховых).

Песочно-отсадное сдобное печенье. Содержит значительное количество жира и сахара. Его приготавливают из теста, по консистенции близкого к сметанообразной. Масло или специальный кондитерский маргарин с сахарной пудрой сначала взбивают в течение 10-15 минут, затем добавляют остальное сырье и в последнюю очередь муку. Тесто для песочно-отсадных сортов печенья возможно готовить в тестомесильных машинах различных

конструкций, а так же и с помощью планетарных многоскоростных миксеров. Кондитерские миксеры позволяют проводить процесс замеса теста со значительным насыщением тестовой массы воздухом на определенных этапах процесса тестоприготовления, что обеспечивает увеличение удельного объема и улучшения качества изделий.

Формование заготовок осуществляется, как правило, или вручную с помощью шприцевальных мешков с различными насадками, или на отсадочных машинах в основном импортного производства, так называемых «мультидропах». Несмотря на относительно высокую стоимость импортного формовщика, его возможности по выработке различных видов печенья позволяют в достаточно короткие сроки (около 6 месяцев при правильно организованной сбытовой политике) добиться окупаемости капиталовложений. Выпечка песочно-отсадного печенья осуществляется в печах тех же моделей, что и песочно-выемное.

Тесто для сбивных сортов сдобного печенья подразделяется на бисквитно-сбивное и белково-сбивное. Бисквитно-сбивное тесто содержит значительное количество яичепродуктов и готовится из жидкого сметанообразной консистенции теста. Существуют различные способы замеса теста – совместное сбивание яичного порошка или меланжа с сахаром с последующим добавлением муки, либо раздельное сбивание белков и желтков с сахаром с последующим дополнением муки и смешиванием двух смесей. Для приготовления такого вида теста необходимо использовать планетарные многоскоростные миксеры отечественного или импортного производства, а так же машины типа МТВК (машина тестомесильно-взбивальная кондитерская).

Формовка осуществляется с помощью шприцевальных (кондитерских) мешков или же с использованием мультидропа. Выпечка изделий осуществляется в вышеописанных кондитерских печах. Печенье ореховое, кокосовое, сухарики сдобные и ряд других изделий, возможно, вырабатывать таким же способом и на таком же комплекте оборудования. Фирма МАЗПЕК поставляет для такого производства уже полностью готовые кондитерские смеси. При

замесе надо только добавить яйцепродукты, жиры и воду. Такие смеси значительно упрощают технологию производства, исключают ошибки персонала, обеспечивают неизменно высокое качество изделий [7].

В следующем параграфе мы подробно рассмотрим факторы, влияющие на качество формирования ассортимента.

### **1.6. Факторы, влияющие на качество, формирование ассортимента и конкурентоспособность мучных кондитерских изделий**

Для приобретения постоянного дохода и полного удовлетворения потребностей покупателей необходимо иметь широкий ассортимент товаров. Что также обеспечит выйти на новые сегменты рынка и сохранить существующих покупателей.

Формирование ассортимента – это процесс подбора групп, видов и разновидностей товаров. Ассортимент товаров должен удовлетворять спрос клиентуры, а также достигать целей, которые выработаны оптовым предприятием, в частности, обеспечивать запланированный уровень прибыли.

Ассортимент мучных кондитерских изделий формируется исходя из используемого сырья и технологии получения, а также спроса и рентабельности. Спрос как потребность, подкрепленная платежеспособность потребителей, определяющий фактор формирования ассортимента. В свою очередь, спрос зависит от сегмента потребителей (их доходов, национальных, демографических и других особенностей).

Рентабельность производства и реализации определяется себестоимостью, издержками производства и обращения, на размеры которых оказывают определенное влияние меры по поддержке отечественных изготовителей (льготное налогообложение, таможенные тарифы и др.).

Под мучными кондитерскими изделиями подразумеваются пищевые продукты, основным сырьем для которых, наряду с сахаром, служит мука и получаемые путем выпечки замешенного теста.

Эти изделия характеризуются высокой пищевой и энергетической ценностью, приятным вкусом и привлекательным внешним видом. Большинство мучных кондитерских изделий, такие как печенье, галеты, крекер, являются высококалорийными концентратами легкоусвояемых углеводов, жира и белков, а низкая влажность позволяет хранить эти изделия в течение длительного срока. Вот почему эти изделия используются в походах, экспедициях и даже в космических полетах.

Основным сырьем для приготовления различных мучных кондитерских изделий является мука, сахар, патока, жиры, молоко, яйца и др. Кроме того, при производстве мучных кондитерских изделий широко применяются фрукты и ягоды, орехи, мед, пряности, цукаты, а также многие другие продукты.

Для производства мучных кондитерских изделий используют в основном муку пшеничную. На качество изделий оказывают влияние ее сорт и цвет, количество и качество клейковины, а также крупность помола. Цвет изделий в изломе из муки низких сортов более темный, поэтому применяют чаще муку высшего и 1-го сортов, реже 2-го. Важными составными частями муки являются белки и крахмал, выполняющие главную роль в приготовлении теста. Свыше 75% белков пшеничной муки состоят из водонерастворимых белков – глиадин и глютеин, которые способны поглотить воды в 2-2,5 раза больше своей массы, образуя клейковину. В зависимости от ее качества и количества составляются рецептуры, и осуществляется технологическая схема многих изделий.

Сахар придает мучным изделиям хорошую намокаемость, сладкий вкус, цвет и аромат за счет участия в сахароаминных реакциях, тесто становится мягким и вязким. При его избытке тесто прилипает к рабочей поверхности технологического оборудования, заготовки расплываются, а изделия становятся твердыми.

Патока, инвертный сахар и мед повышают намокаемость и гигроскопичность изделий, при выпечке они окрашивают в золотисто-желтый цвет поверхность изделий и сохраняют их свежесть.



Яичные продукты – это свежие яйца, яичный меланж, яичный порошок и др. Яичный альбумин и лецитин желтка повышают пищевую ценность изделий и улучшают структуру теста. Особенно это важно при получении сбивного теста. Яичный альбумин, являясь пенообразователем, может заменить при производстве теста химические разрыхлители, а лецитин, обладая поверхностно-активным свойством, эмульгирует жиры.

Молочные продукты делают тесто мягким, более пластичным, изделия приобретают молочный вкус. Используют молоко цельное, сливки, сметану, творог, сгущенное и сухое молоко, а также вторичные продукты молочного производства – пахту, обезжиренное молоко, молочную сыворотку. Натуральную молочную сыворотку используют вместо воды при замесе теста для вафельных листов, печенья и пряников с уменьшенным расходом сахара. Концентрированная молочная сыворотка, сгущенная до влажности 40%, представляет собой густую тягучую массу светло-желтого цвета, слегка сладковато-солончатого вкуса. Она богата лактозой, полноценными белками с высоким содержанием лизина, жирами, солями кальция, фосфора и может быть применена для замены 50% сгущенного молока при выработке печенья. Использование сухой молочной сыворотки (подсырной и творожной) взамен сухого молока делает изделия более пористыми, эластичной структуры, устойчивыми к очерствению.

Жиры не только увеличивают калорийность и пищевую ценность изделий но и улучшает их вкусовые свойства, придавая им сдобный вкус. Они повышают рассыпчатость изделий, улучшают цвет в изломе, способствуют более длительному сохранению свежести изделий – задерживают очерствение. Применяют, как правило, твердые жиры – маргарин, гидрированные кулинарные жиры. В последнее время жиры при замесе теста вводят в виде эмульсии типа масло-вода, применяя в качестве эмульгаторов фосфатиды, содержащие лецитин [18] .

В формировании потребительских свойств мучных кондитерских изделий большая роль придается продуктам и полуфабрикатам, которые придают

им структуру, внешний вид, вкус и аромат. Это, прежде всего, разрыхлители, эмульгаторы, пищевые кислоты, красители и ароматизаторы, консерванты.

Химические разрыхлители представляют собой химические соединения; разлагаясь в процессе выпечки, они выделяют газообразные вещества, которые разрыхляют тесто и придают изделиям пористость и увеличивают их объем. Большинство мучных кондитерских изделий содержат значительное количество сахара и жира, которые задерживают развитие дрожжей. Тесто для них разрыхляют вместо дрожжей химическими разрыхлителями. Кроме того, применение дрожжей удлиняет процесс производства.

К эмульгаторам относятся вещества, способствующие получению стойких эмульсий. При образовании, сходных по их коллоидным свойствам с эмульсиями, при образовании эмульсий главное значение для их создания и стабилизации имеет адсорбционный мономолекулярный слой, образуемый эмульгатором.

Пищевые кислоты употребляют для придания изделиям приятного кислого вкуса. Красители добавляются к пищевым продуктам с целью: восстановления природной окраски, повышения интенсивности природной окраски, окрашивания бесцветных продуктов. Сырьем для натуральных пищевых красителей могут быть ягоды, цветы, листья, корнеплоды и т. п. Синтетические пищевые красители, в отличие от натуральных, не обладают биологической активностью и не содержат ни вкусовых веществ, ни витаминов, а многие из них являются канцерогенами.

Вкусовые ароматические добавки – натуральные эфирные масла, ароматизаторы и усилители вкуса и аромата – добавляются к пищевым продуктам с целью: стабилизации, восстановления, усиления или придания вкуса и аромата.

Консерванты добавляются к пищевым продуктам с целью предотвращения их микробиологической порчи и увеличения срока годности. Диабетические и лечебные мучные кондитерские изделия изготавливаются по специальной технологической схеме с добавлением специфического сырья и

предназначены для людей, страдающих различными заболеваниями: диабетом, болезнями печени, желудочно-кишечного тракта, верхних дыхательных путей, а также ожирением, истощением и др. Применяют эти изделия и с профилактической целью. В состав их входит сорбит, ксилит, ореховый жмых, орехи кола, мятное, анисовое и эвкалиптовое масла, сахарин, морковный сок, гематоген, морская капуста и др..

К факторам, сохраняющим качество мучных кондитерских изделий относятся: упаковку и маркировку, транспортирование, условия хранения.

Упаковка в любом сегменте кондитерского рынка играет очень большую роль. Особенно если производитель хочет, чтобы его продукция была представлена на полках супермаркетов. Сегодня упаковка важна и для продавцов, и для покупателей. Здесь на первое место выходит фактор удобства и практичности. Упаковка должна быть броской, яркой, удобной и функциональной.

Печенье, галеты, крекер, кексы, вафли, пряничные изделия выпускают фасованное и весовое. Фасуют в коробки, металлические банки, пачки и пакеты. Транспортная маркировка должна быть с нанесением манипуляционных знаков «Хрупкое. Осторожно», «Беречь от влаги». Изделия транспортируют всеми видами транспорта в крытых транспортных средствах в соответствии с правилами перевозок грузов. Они должны храниться в чистых, хорошо вентилируемых складах, не зараженных вредителями хлебных запасов, при температуре  $(18 \pm 5) ^\circ\text{C}$  и относительной влажности воздуха не более 75%. Не допускается хранить мучные кондитерские изделия совместно с продуктами, обладающими специфическим запахом.

Рулеты бисквитные выпускают штучными массой нетто не более 500 г и весовыми. Транспортирование рулетов должно производиться в чистых, сухих, не зараженных хлебных запасов крытых автомашинах или повозках с соблюдением санитарных правил. Не допускается перевозить рулеты вместе с продуктами, обладающими резким, специфическим запахом или свежеспеченным хлебом. Транспортирование, погрузка и выгрузка рулетов должны

производиться осторожно, ударов и резких сотрясений и предохранены от воздействия атмосферных осадков. Рулеты, торты и пирожные должны храниться в чистых, сухих, хорошо проветриваемых складах, не зараженные вредителями хлебных запасов при температуре 6-18 °С (без резких колебаний) и относительной влажности воздуха 70-75%. Рулеты с кремом и творогом, торты и пирожные должны храниться в холодильных шкафах и камерах при температуре  $(4\pm 2)$  °С. Торты и пирожные без отделки, вафельные и пирожные с жировой и пралиновой отделкой должны храниться при температуре не выше 18 °С и относительной влажности воздуха 70-75%.

Таким образом, факторами, формирующими ассортимент, и качество мучных кондитерских изделий являются: спрос, рентабельность, используемое сырье и технологии получения. К факторам, сохраняющим качество, относят: упаковку и маркировку, транспортирование и условия хранения.

## **2. Исследование ассортимента, качества и конкурентоспособности мучных кондитерских изделий**

### **2.1. Организационно-экономическая характеристика магазина «Магнит-Норильск»**

«Магнит» – это российская компания-ритейлер и одноименная сеть продовольственных магазинов (большая часть из них имеют формат «магазин у дома»). По состоянию на середину 2012 года – крупнейшая в стране по числу продовольственных магазинов торговая сеть. Входит в пятерку крупнейших по капитализации ритейлеров мира. Головная организация сети – акционерное общество (АО) «Тандер». Штаб-квартира находится в городе Краснодаре. Единственным акционером общества «Тандер» является Публичное акционерное общество (ПАВ) «Магнит». Публичное акционерное общество «Магнит», в дальнейшем именуемое как «общество», создано 12 ноября 2003 года как закрытое акционерное общество «Магнит», 25 сентября 2014 года внеочередным общим собранием акционеров принято решение об изменении полного фирменного наименования общества на ПАО «Магнит». Общество является юридическим лицом, действует на основании настоящего устава и законодательства Российской Федерации.

Миссия АО Тандер: «Мы работаем для повышения благосостояния наших покупателей, сокращая их расходы на покупку качественных товаров повседневного спроса, бережно относясь к ресурсам компании, улучшая технологию достойно» [21]. В данной работе рассматривается магазин «Магнит-Норильск», который входит в Белгородский филиал АО «Тандер» ранее именуемый как ЗАО «Тандер», располагается по адресу г. Белгород, улица Железняка 19А.

Тип построения организационной структуры в магазине «Магнит-Норильск» является линейно-функциональным и представляет шахтный принцип организации управленческого процесса по основным функциям. Каждая функция, выполняемая магазином в процессе своей деятельности,

позволяет сформировать иерархичность подразделений по уровням (или шахтам), пронизывающая всю организацию сверху донизу.

Организационная структура управления магазина «Магнит-Норильск» представлена на рис. 2.1.



Рис. 2.1. Схема организационного построения аппарата управления магазина «Магнит-Норильск»

Данный тип построения организационной структуры управления наиболее эффективен при использовании компанией определенной последовательности (алгоритма) при решении коммерческих и хозяйственных задач. Однако исследование, проведенное нами в организации, позволило выявить, что линейно-функциональное управление недостаточно полно учитывает постоянно изменяющиеся внутренние и внешние факторы, влияющие на работу предприятия в целом и на деятельность отдельных служб. Иногда прослеживается нерациональное распределение информационных потоков – на одних сотрудников информации приходится больше, чем на других, а значит, будут превышены нормы управляемости у руководителей структурных подразделений.

Ниже рассмотрим функции основных структурных подразделений магазина магнит. Директор компании осуществляет свою работу в соответствии с трудовым контрактом, он представляет интересы компании во всех хозяйственных и государственных учреждениях. В функции директора входит: издание приказов по основной деятельности, прием на работу и увольнение сотрудников, наложение на них мер взыскания и поощрения. Директор осуществляет заключение договоров с поставщиками и оптовыми покупателями, открывает и распоряжается средствами на расчетных счетах в банках. Директор филиала не имеет права распоряжаться его имуществом.

Заместитель директора магазина «Магнит-Норильск» выполняет ряд основополагающих торговых функций, способствующих продвижению продуктов питания на региональном рынке и повышению конкурентного статуса компании на региональном рынке:

- изучение рынка закупки и заключение договоров на поставку продуктов питания;
- обеспечение выполнения договоров поставки продуктов питания оптовыми покупателям в соответствии с согласованными в договорах поставки сроками и ассортиментом;
- обеспечение правильного применения нормативных актов по поставкам;
- реализация мер контроля и учета поставки товаров по количеству и качеству;
- подготовка и заключение договоров на поставку товаров с оптовыми покупателями, своевременное внесение изменений в заключенные договоры;
- формирование ассортимента товаров и реализация мер по его регулированию;
- планирование сбыта продуктов питания, оптимизация процессов отгрузки продукции;

- организация участия компании в проводимых на региональном уровне выставок, ярмарок, выставок-продаж;
- разработка мер по совершенствованию и развитию сбытовой сети и форм доставки продукции потребителям;
- проведение мероприятий по минимизации транзакционных издержек по сбыту продукции;
- осуществление контроля за соблюдением требований к размещению и хранению продукции, ее фасовки и отправки потребителям;
- оформление документов в рамках претензионной работы с поставщиками и покупателями продукции.

Функции по закупке продуктов питания исполняются товароведом филиала, которые осуществляют постоянное наблюдение за рынком закупки, изучают спрос и предложение на продовольственном рынке, проводят поиск поставщиков, заключают договоры поставки, проводят контроль соблюдения условий поставки.

Организацию сбыта продукции в магазине «Магнит-Норильск» осуществляют заведующие товарными отделами, в их функции входит поиск оптовых покупателей, формирование оптимальных каналов сбыта, координация отпусков и отгрузки продукции, подготовка промежуточных отчетов по отгрузке продукции для бухгалтерской службы.

Организацией хранения и выполнением операций по отборке товаров со складов занимаются кладовщики. В их функции также входит контроль за процессами хранения продукции, отборка ее с мест хранения для комплектования заказов покупателей, ведение отчетности.

Динамика основных показателей финансово-хозяйственной деятельности магазина магнит за 2013-2015 годы показывает, что компания является высокодоходной организацией, о чем свидетельствуют высокие темпы роста выручки и прибыли. Рассмотрим основные тенденции экономического развития филиала с использованием отчета о прибылях и убытках. Проведенное



исследование позволяет сделать вывод о том, что за период с 2013 по 2015 год в магазине наблюдается прирост важнейших показателей хозяйственной деятельности – выручки, прибыли, себестоимости. Динамику показателей рассмотрим в табл. 2.1.

Таблица 2.1

Динамика показателей финансово-хозяйственной деятельности  
магазина «Магнит-Норильск» за 2013-2015 гг.

Показатели	Годы			Темп роста, %		Абсолютное отклонение, (+,-)	
	2013	2014	2015	2014 / 2013 гг.	2015 / 2014 гг.	2014 / 2013 гг.	2015 / 2014 гг.
1. Выручка (в действующих ценах), тыс. руб.	12953	13625	14738	105,1	108,2	+672	+1113
2. Выручка (в сопоставимых ценах), тыс. руб.	12953	12230	13229	94,4	106,7	-723	+999
3. Себестоимость, тыс. руб.	8356	8745	9012	104,6	103,1	+389	+267
4. Уровень себестоимости, %	64,5	64,2	61,1	-	-	-0,3	-3,1
5. Валовая прибыль, тыс. руб.	4597	4880	5726	106,2	117,3	+283	+846
6. Коммерческие расходы, тыс. руб.	1253	1296	1423	103,4	109,8	+43	+127
7. Прибыль (убыток) от продаж, тыс. руб.	1396	1407	1604	100,8	114	+11	+197
8. Прочие доходы, тыс. руб.	745	869	964	116,6	110,9	+124	+95
9. Прочие расходы, тыс. руб.	641	687	938	107,2	136,5	+46	+251
10. Чистая прибыль, тыс. руб.	562	621	797	110,5	128,3	+59	+176
11. Рентабельность чистой прибыли, %	4,3	4,5	5,4	-	-	+0,2	+0,9
12. Индекс цен	1,000	1,114	1,129				

Например, объем выручки в фактических ценах увеличился с 12953 тыс. руб. в 2015 году до 14738 тыс. руб. в 2013 году или на 13,7% (1784 тыс. руб.). Анализ выручки от продажи продукции, товаров, работ, услуг в сопоставимых ценах в 2014 году по сравнению с 2013 годом показывает, что она уменьшилась на 5,6% (или на 723 тыс. руб.), в 2015 году она повысилась по сравнению с 2014 годом на 6,7% (или на 999 тыс. руб.).

Себестоимость реализованных товаров возросла за исследуемый период с 8356 тыс. руб. до 9012 тыс. руб., или на 7,9%. Уровень себестоимости товаров, реализуемых оптовой фирмой составляет примерно 63,3%, наблюдается снижение уровня себестоимости за 2013-2015 годы – с 6,45% до 6,12% от начала до конца периода.

Динамика роста объемов выручки магазина «Магнит-Норильск» в действительном и сопоставимом измерении приведена на рис. 2.2.

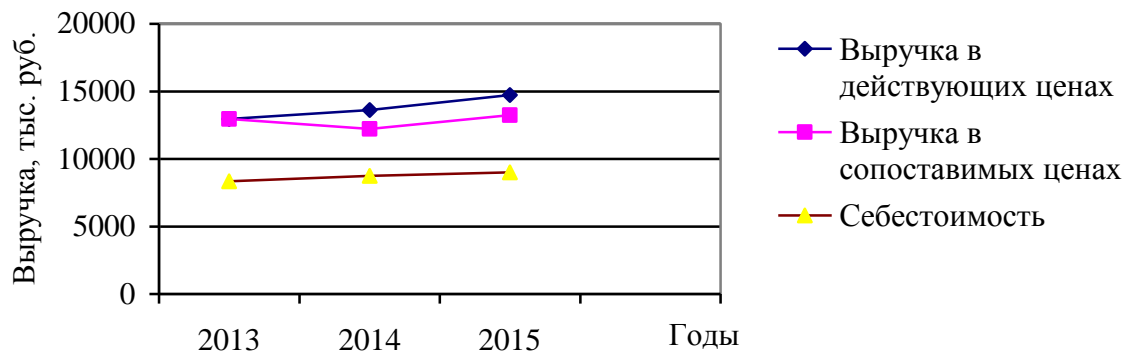


Рис. 2.2. Динамика выручки магазина «Магнит-Норильск» за 2013-2015 гг.

Прирост объемов выручки за 2013-2015 годы в магазине «Магнит-Норильск» повлиял на увеличение валовой прибыли: например, если в 2013 году сумма валовой прибыли организации от продаж составляла 4597 тыс. руб., то в последующие два года компания имела прирост объемов прибыли на 283 тыс. руб. и 846 тыс. руб. в 2014 и 2015 годах соответственно. Общий объем прибыли за три года составил 4407 тыс. руб.

На протяжении трехлетнего периода исследования наблюдается увеличение объемов коммерческих расходов – с 1253 тыс. руб. в 2013 году до 1423 тыс. руб. в 2015 году, или на 170 тыс. руб.

Относительное увеличение коммерческих расходов в магазине «Магнит-Норильск» объясняется увеличением затрат, связанных с отгрузкой и реализацией товаров; оплатой упаковки изделий поставщиками и оптовыми покупателями (т.е. сторонними организациями); увеличением расходов на доставку продуктов питания до места назначения, на погрузочно-разгрузочные работы.

Прибыль от продаж в организации за 2013-2015 годы возросла на 208 тыс. руб. или на 25,6%. Ежегодный прирост составил в 2013-2014 годах 2,5%, в 2014-2015 годах – 25,5%.

Организация за три года имела определенную сумму доходов от неосновных видов деятельности – так в 2013 году было получено прочих доходов на сумму 745 тыс. руб., а в 2015 году – 964 тыс. руб. В 2014 году наблюдалось увеличение объемов прочих доходов на 869 тыс. руб. Прочие расходы увеличились за оцениваемый период с 745 тыс. руб. до 964 тыс. руб. или на 18,9%.

В 2013-2015 годах магазин «Магнит-Норильск» получил положительный результат деятельности: сумма чистой прибыли в 2013 году составила 641 тыс. руб., в 2013 и 2015 годах чистая прибыль организации составляла 641 и 797 тыс. руб. соответственно. Темп роста чистой прибыли компании за три года составляет 115,5%. Общий прирост объемов чистой прибыли составил 1133 тыс. руб.

Прирост объемов чистой прибыли не повлиял на рентабельность: если в 2013 году она составляла 5,6% к сумме выручки, то в 2014 году – 5,4%, а в 2015 году – 5,7%. Т.е. за три исследуемых года (с 2013 по 2015 гг.) рентабельность чистой прибыли в магазине «Магнит-Норильск» увеличилась всего

лишь на 0,1% к сумме выручки. Такое положение свидетельствует о том, что выручка организации изменяется более высокими темпами по сравнению с прибылью. Динамика показателей прибыли компании приведена на рис. 2.3.

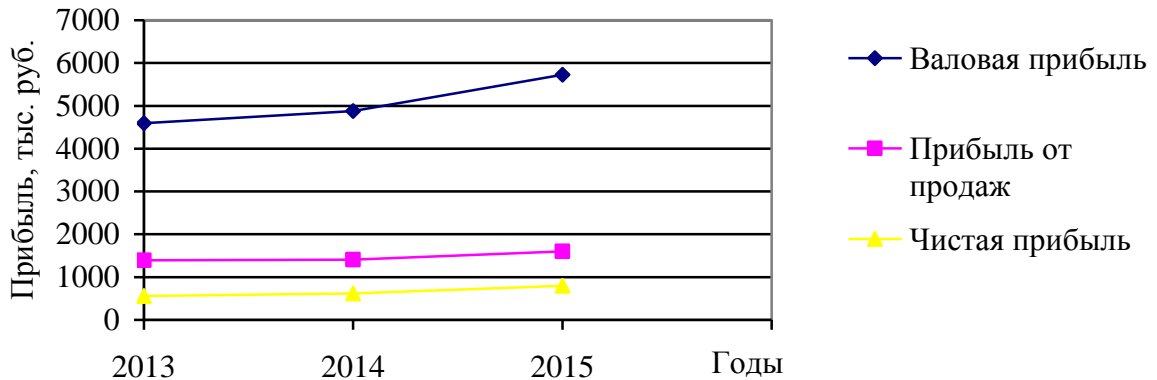


Рис. 2.3. Динамика выручки магазина «Магнит-Норильск» за 2013-2015 гг.

Наиболее высокими темпами изменяется прибыль организации от продажи, т.к. пищевая продукция, реализуемая компанией хорошо известна потребителям на рынке. Однако компания имеет высокие затраты из категории «прочих расходов», что снижает сумму чистой прибыли. Наглядное представление о динамике темпов роста основных показателей деятельности магазина «Магнит-Норильск» приведено на рис. 2.4.

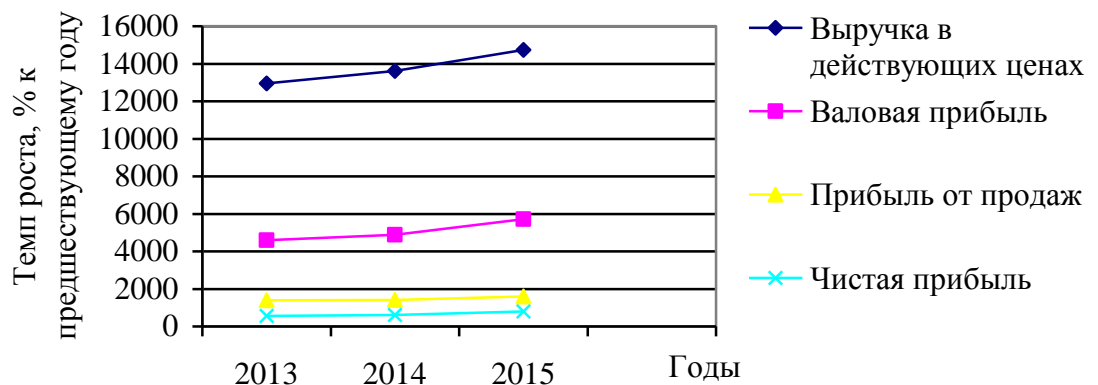


Рис. 2.4. Динамика темпов роста основных показателей деятельности магазина «Магнит-Норильск» за 2013-2015 гг.

На выручку торговой организации оказывают влияние множество факторов, основными из которых являются ценовые факторы и факторы изменения объемов продажи товаров в физическом измерении. Расчет указанных факторов на объемы выручки проведем на основе следующих формул:

– выручка от реализации товаров за определенный период (В):

$$B = p \times q, \quad (1)$$

где  $p$  – цена;  $q$  – физический объем.

общее изменение выручки ( $\Delta B$ ):

$$\Delta B = p_1 q_1 - p_0 q_0, \quad (2)$$

в том числе за счет:

а) изменения цен на реализованную продукцию:

$$\Delta B_p = p_1 q_1 - p_0 q_1, \quad (3)$$

б) изменения физического объема реализованных товаров:

$$\Delta B_q = p_0 q_1 - p_0 q_0, \quad (4)$$

Проведем расчет и определим степень факторного влияния цены и объема реализованных товаров на выручку оптового предприятия.

Изменение выручки за 2013-2014 годы, всего:

$$\Delta B_{2014/2013} = 13625 - 12953 = +672 \text{ тыс. руб.}$$

в том числе за счет: а) изменения цен:

$$\Delta B_{p_{2014/2013}} = p_1 \times g_1 - p_0 \times g_1 = 13625 - 12230 = +1395 \text{ тыс. руб.}$$

б) изменения объемов продаж:

$$\Delta B_{g_{2014/2013}} = p_0 \times g_1 - p_0 \times g_0 = 12230 - 12953 = -723 \text{ тыс. руб.}$$

$$\Delta B_{2014/2013} = +1395 + (-723) = +672 \text{ тыс. руб.}$$

Проведенный факторный анализ показывает, что в 2014 году за счет роста цен выручка «Магнита» увеличилась на +1395 тыс. руб., за счет изменения объемов продаж выручка уменьшилась на -723 тыс. руб. Общий прирост выручки равен 672 тыс. руб.

Изменение выручки за 2014-2015 годы, всего:

$$\Delta B_{2015/2014} = 14738 - 13625 = +1113 \text{ тыс. руб.}$$

в том числе за счет: а) изменения цен:

$$\Delta B_{p_{2015/2014}} = p_1 \times g_1 - p_0 \times g_1 = 14738 - 13229 = +1509 \text{ тыс. руб.}$$

б) изменения объемов продаж:

$$\Delta B_{g_{2015/2014}} = p_0 \times g_1 - p_0 \times g_0 = 13229 - 13625 = -396 \text{ тыс. руб.}$$

$$\Delta B_{2015/2014} = 1509 + (-396) = +1113 \text{ тыс. руб.}$$

В 2015 году выручка магазина «Магнит-Норильск» увеличилась, в основном, за счет роста цен – на +1509 тыс. руб., за счет увеличения объемов продаж выручка снизилась на 396 тыс. руб. Общее увеличение составило 1113 тыс. руб.

Результаты финансово-хозяйственной деятельности магазина «Магнит-Норильск» за 2013-2015 годы свидетельствуют об удовлетворительной работе компании, которая имеет хозяйственную устойчивость. Источником полу-

чения прибыли от продаж в магазине «Магнит-Норильск» является валовая прибыль, динамику которой за три года рассмотрим в табл. 2.2.

Таблица 2.2

Динамика валовой прибыли в магазине «Магнит-Норильск»  
за 2013-2015 гг.

Показатели	Годы			Темп роста, %		Абсолютное отклонение, (+,-)	
	2013	2014	2015	2014 / 2013 гг.	2015 / 2014 гг.	2014 / 2013 гг.	2015 / 2014 гг.
1. Выручка (в действующих ценах), тыс. руб.	12953	13625	1473860	105,1	108,2	+672	+1113
2. Валовая прибыль, тыс. руб.	4597	4880	5726	106,2	117,3	+283	+846
3. Уровень валовой прибыли, %	35,5	35,8	38,8	–	–	+0,3	+3

Валовая прибыль магазина за период с 2013 по 2015 год увеличилась на 1130 тыс. руб. В среднем уровень валовой прибыли составлял 36,7%. Структура реализации по ассортименту товаров за период с 2013 по 2015 годы представлена в табл. 2.3.

Таблица 2.3

Структура оборота магазина «Магнит-Норильск» по товарным группам за  
2013-2015 гг.

Наименование товарных групп (продукции)	Оборот по годам, тыс. руб.			Удельный вес в обороте по годам, %		
	2013	2014	2015	2013	2014	2015
Кондитерские изделия сахаристые	2983	3212	3253	36,2	35,4	34,1
Кондитерские изделия мучные	2853	2654	2708	15,1	12,9	12,0
Табачные изделия	1132	1231	1345	8,5	15,9	18,2
Алкогольные и безалкогольные напитки	1514	1621	1796	7,3	12,2	12,3
Сахар	565	625	867	8,9	9,1	9,2

Окончание табл. 2.3

1	2	3	4	5	6	7
Кисломолочные продукты	1675	1745	1985	1,3	1,3	1,4
Колбасные изделия, сыры	1321	1524	1786	13,3	13,5	14,2
Мука и макаронные изделия	610	821	1245	14,0	12,9	15,1
Прочие пищевые продукты	100	192	267	0,7	3,6	3,1
Всего	12953	13625	14738	100	100	100

Основными видами продукции, реализуемой магазином «Магнит-Норильск» являются Кондитерские изделия сахаристые – на их долю приходится более 30% оборота в 2014 году; мучные изделия – 15,1% и т.д. Остальные виды продукции занимают в обороте 34,7%.

Структура реализации товаров за исследуемый период существенно не менялась. Наглядно структура реализации товаров в магазине «Магнит-Норильск» представлена на рис. 2.5 и рис. 2.6.

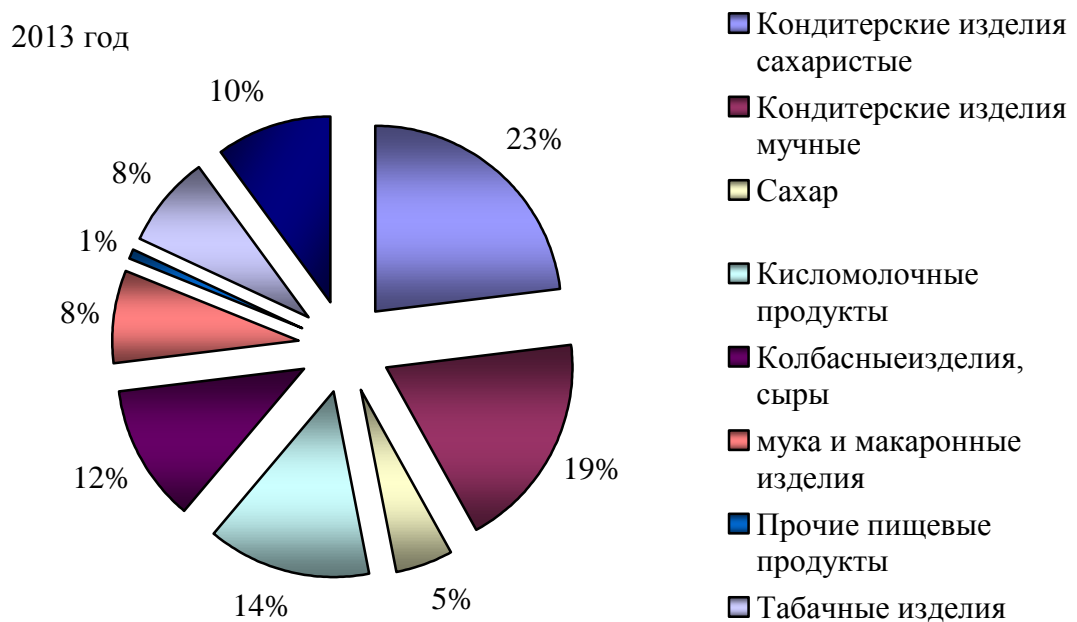


Рис. 2.5. Структура реализации товаров в магазине «Магнит-Норильск» за 2013 гг.



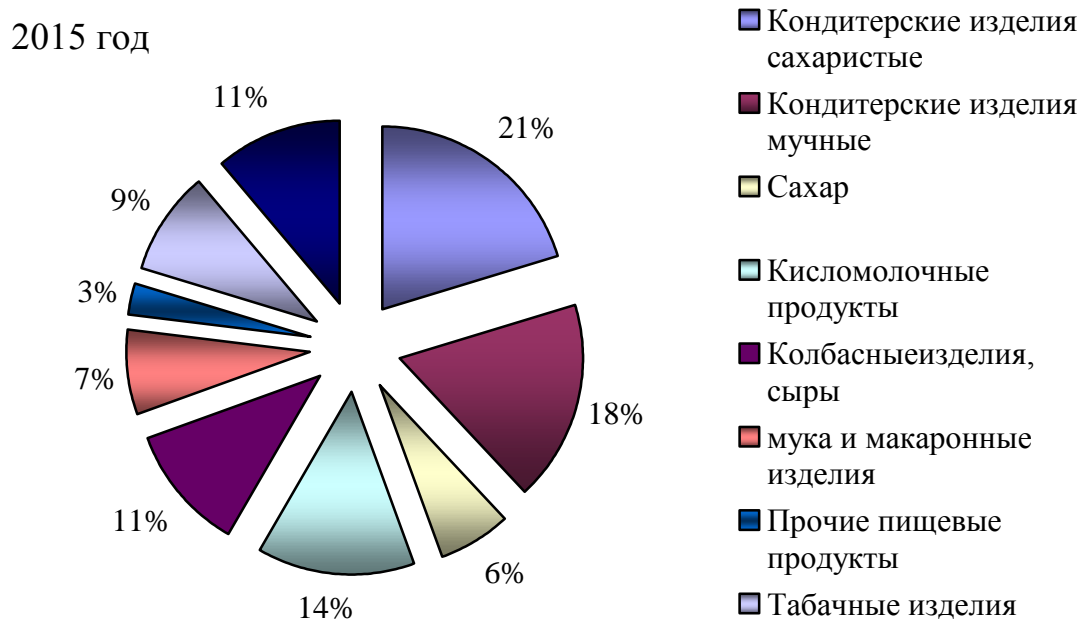


Рис. 2.6. Структура реализации товаров в магазине «Магнит-Норильск» за 2015 гг.

В целом по результатам анализа деятельности магазин «Магнит-Норильск» за 2013-2015 годы можно сказать, что в оптовом предприятии наблюдается положительная динамика таких показателей деятельности, как выручка и прибыль. Компания является рентабельной, уровень рентабельности средний.

## 2.2. Характеристика ассортимента мучных кондитерских изделий и исследование проблем его формирования в магазине «Магнит-Норильск»

Под ассортиментом товаров понимается набор товаров, объединенных по какому-либо одному или нескольким признакам.

Ассортимент товаров включает в себя вид товара и делится на ассортиментные группы в соответствии с функциональными особенностями, качеством и ценой. Каждая группа состоит из ассортиментных позиций (разновидностей или марок), которые образуют низшую ступень классификации.

Формирование ассортимента товаров предполагает построение укрупненной совокупности товаров в виде классов и товарных групп. Под классом товаров понимается совокупность товаров, имеющих аналогичное функциональное назначение. Класс товаров может быть представлен швейными изделиями, трикотажными, галантерейными товарами, культтоварами и т.п.

Товарную группу образует совокупность товаров определенного класса, обладающих сходным составом потребительских свойств и показателей. Примером конкретной группы товаров являются одежда, белье, обувь, молочные продукты и т.п. [22].

Под видом товара понимают совокупность товаров определенной группы, объединенных общим названием и назначением.

Разновидность товаров представляет собой совокупность товаров определенного вида, выделенных по ряду частных признаков, представляется в виде конкретных марок, моделей, артикулов, сортов.

Под структурой ассортимента товаров понимают соотношение выделенных по определенному признаку совокупностей товара в наборе, для наглядности структура ассортимента выражается в процентах.

Ассортимент товаров, представленный в торговой сети, называется торговым.

Особенности товарной структуры предприятия называют свойствами ассортимента. Свойство ассортимента – это отличительная особенность конкретного набора товаров:

- широта;
- глубина;
- полнота;
- обновляемость;
- структура;
- гармоничность;
- устойчивость.

Широта ассортимента (классификационной группировки) – это количество входящих в ассортимент (классификационную группировку) классификационных группировок низшего структурного уровня. Показатели широты призваны определить, является ли структура классификационной группировки простой или сложной.

Глубина ассортимента (классификационной группировки) – это общее количество товарных позиций в структуре ассортимента (классификационной группировки).

Полнота ассортимента (классификационной группировки) – это количество всех классификационных группировок низших структурных уровней в структуре ассортимента (классификационной группировки).

Устойчивость ассортимента характеризует обеспеченность (или необеспеченность) спроса в некотором периоде. Был проведен анализ структуры ассортимента магазина «Магнит-Норильск», по товарной группе мучных кондитерских изделий (печенье). Результаты анализа ассортимента мучных кондитерских изделий (печенье) представлены в табл. 2.4.

Таблица 2.4

Структура ассортимента мучных кондитерских изделий (печенье)  
за 2014-2015 гг.

Товарная группа Мучных кондитерских изделий (печенье)	Оборот за 2014 г, тыс. руб.	Оборот за 2015 г, тыс. руб.	Оборот по группе за два г., тыс. руб.	Удельный вес по го- дам, %	
				2014	2015
1. Луску days печенье сахарное «С земляни- кой»	349	345	694	38,7	38,3
2. Печенье сдобное «Творожное классиче- ское»	325	335	660	36,1	37,2
3. Печенье «Юбилей- ное»	267	275	542	29,6	30,5
4. Печенье «Хорошее»	344	387	731	38,2	43
5. Печенье «Курабье»	234	231	465	26	25,6
6. Печенье «С малино- вой начинкой»	242	239	481	26,8	26,5
7. Печенье «Крокет»	249	259	508	27,6	28,8

Окончание табл. 2.4

1	2	3	4	5	6
8. Печенье затяжное «Радость»	325	312	637	36,1	34,6
9. Печенье «Вафельное хрустящее»	289	325	614	32,1	36,1
Итого, руб.	2654	2708	5590	100,0	100,0

В результате чего можно сказать, что данные табл. 2.4 показывают, что среди всех проанализированных образцов печенья наибольшее значение в обороте за 2015 год имеет печенье марки «Хорошее». Удельный вес которого равен 43%. Наименьший удельный вес имеет образец печенья «Курабье» – 25,6%. Такие данные показывают, что удельный вес всех проанализированных образцов распределен неравномерно, но в тоже время каждая из позиций не имеет существенного отрыва от остальных.

### **2.3. Методология и организация контроля качества мучных кондитерских изделий в розничном торговом предприятии**

Организация контроля качества представляет собой проверку соответствия показателей качества представленного товара требованиям, установленным стандартами, техническими условиями, а также требованиями определенными в договоре о поставке товара. Продукцию принимают партиями. Партией считают продукцию одного вида, сорта и наименования, выработанную за одну смену и оформленную одним документом о качестве. При поступлении мучных кондитерских изделий проверяется состояние упаковки, маркировки, а также соответствие органолептических показателей требованиям стандартов и технических условий. Приемка поступающей продукции в магазине «Магнит-Норильск» строго контролируется, с использованием соответствующих документов:

- Инструкции о порядке приема продукции производственно-технического назначения и товаров народного потребления по качеству;
- Инструкции о порядке и сроке приемки импортных товаров по количеству и качеству, составления и направления рекламационных актов;
- стандарты, качественные удостоверения, ветеринарные справки, декларация о соответствии.

Реализуемые мучные кондитерские изделия сопровождаются соответствующим документом предприятия – изготовителя, подтверждающим качество и безопасность продукции для здоровья человека со ссылкой на дату и номер гигиенического сертификата. Документы на импортную продукцию содержат отметку учреждений Государственного санитарно-эпидемиологического надзора Российской Федерации о прохождении гигиенической оценки пищевого продукта в установленном порядке. Реализация мучных кондитерских изделий без наличия таких документов, подтверждающих, качество продуктов и их безопасность не производится. Качество мучных кондитерских изделий, поступающих в магазин «Магнит-Норильск», проверяется материально ответственными лицами товароведом, и заместителем директора.

Документ, о качестве должен содержать: наименование предприятия-изготовителя, его подчиненность и местонахождение; наименование продукции; дату выработки; подтверждение о соответствии качества продукции нормативно-технической документации; обозначение нормативно-технической документации.

Допускается вместо выдачи документа о качестве на товарно-сопроводительной накладной ставить штамп ОТК о соответствии партии продукции требованиям нормативно-технической документации.

Приемку товара по качеству осуществляется в соответствии с Инструкцией «О порядке приемки продукции производственно-технического назначения и товаров народного потребления по качеству». Приемка продукции начинается с проверки наличия на транспортных средствах пломб отправите-

ля, исправность пломб, оттиски на них, состояние транспортных средств, наличие защитной маркировки груза и исправность тары. Затем проверяют соответствие наименования груза и транспортной маркировки на нем данным, указанным в транспортном документе.

В случае получения от органа транспорта груза без проверки качества специалист по приемке в порядке, установленном правилами оформления выдачи грузов, делает соответствующую отметку на транспортном документе. Тара и упаковка пищевых продуктов должны быть чистыми, сухими, без постороннего запаха и нарушения целостности упаковки.

В процессе выгрузки товара из транспортного средства первый этап проверки качества товара – осмотр на предмет наличия внешних повреждений тары (упаковки) либо самого товара. А именно уточняют, соответствует ли наименование груза и транспортной маркировки на нем данным, указанным в транспортном документе; проверяют, были ли соблюдены установленные правила перевозки, обеспечивающие предохранение груза от повреждения и порчи, а также сроки доставки.

Приемка по качеству и комплектности товара производится в следующие сроки (с момента поступления продукции в магазин):

- при иногородней поставке – не позднее 20 дней;
- при одногородней поставке – не позднее 10 дней;
- для скоропортящейся продукции – 24 ч.

Для выявления скрытых недостатков магазину представляется четырехмесячный срок. При обнаружении таких недостатков в пятидневный срок составляют соответствующий акт. В акте указывается количество осмотренной продукции и характер выявленных дефектов.

Товарно-транспортная накладная состоит из двух разделов: товарного и транспортного. Товарный раздел содержит необходимые сведения о поставщике данного товара (наименование, ИНН, банковские реквизиты и так далее), кроме этого в данном разделе указываются все сведения о товаре и таре (наименование товара, количество мест (масса брутто), количество товара

(масса нетто), его цена за единицу, общая сумма за товар и сумма налога на добавленную стоимость). Здесь же отражаются подписи лиц, разрешивших отпуск товара, и подписи лиц отпустивших и принявших товар.

Транспортный раздел заполняется в ходе доставки товара и содержит следующие данные: дату; номер автомобиля и номер путевого листа; наименования и адреса заказчика (плательщика) товара, грузоотправителя и грузополучателя; пункт погрузки и разгрузки (в том случае если это необходимо); сведения о грузе. Один экземпляр товарно – транспортной накладной отдается материально ответственным лицом поставщика, второй материально ответственному лицу магазина. Затем принявший товар, передает приходную накладную операторам, они в свою очередь вводят товар в базу данных.

Идентификацию информации, заявленной на упаковке, проводят в целях защиты потребителя от недобросовестного изготовителя, обеспечения безопасности продукции для здоровья потребителя и в целях подтверждения соответствия продукции предъявленным к ней требованиям. Гигиенические требования безопасности мучных кондитерских изделий должны соответствовать санитарно-эпидемиологическим правилам и нормативам СанПиН 2.3.2. 1078 – 00 «Гигиенические требования безопасности и пищевой ценности пищевых продуктов» [1]. Для определения контроля качества мучных кондитерских изделий проводят органолептическую и физико-химическую оценку качества, которую мы более подробно рассмотрим в следующем параграфе.

## **2.4. Анализ и экспертиза качества мучных кондитерских изделий, реализуемых в розничном торговом предприятии «Магнит-Норильск»**

### **2.4.1. Объекты и методы исследования**

При проведения анализа качества печенья, реализуемого в торговой сети АО «Тандер» магазина «Магнит-Норильск», были взяты 3 образца сдобного печенья различных производителей: образец № 1: печенье сдобное «Хо-

рошее» изготовитель печенья АО «Тандер», образец № 2: печенье сдобное «С малиновой начинкой» изготовитель данного образца ООО «Фирма «Сувенир» г. Йошкар-Ола; образец № 3: печенье сдобное «Творожное классическое» изготовитель ООО Диал-к Россия, г. Спас-Деменск. Образец под № 1 и № 2 имеет коллективный товарный знак. В рамках долгосрочного и продуктивного сотрудничества Кондитерской фабрики «Слада» и АО «Тандер», Компании запустили совместный проект по производству кондитерских изделий для собственной торговой марки «Чудесный край».

Более подробная характеристика образцов приведена в табл. 2.5.

Таблица 2.5

Характеристика образцов сдобного печенья как объектов  
для исследований

Наименование продукта	Образец № 1 Печенье Сдобное «Хорошее»	Образец № 2 Печенье Сдобное «С малиновой начинкой»	Образец № 3 Печенье Сдобное «Творожное классическое»
Наименование и место нахождения изготовителя	АО Тандер, Россия г. Краснодар	ООО «Фирма «Сувенир» г. Йошкар-Ола	ООО Диал-к Россия, Калужская область, г. Спас-Деменск
Товарный знак	Чудесный край	Чудесный край	Хлебный спас
Масса нетто	350 г	200 г	350 г
Энергетический состав	Белки: 7,5 г Жиры: 24,0 г Углеводы: 63,0 г	Белки: 6,50 г Жиры: 31,80 г Углеводы: 62,70 г	Белки: 7,70 г Жиры: 16,70 г Углеводы: 63,10 г
Срок годности	6 месяцев	6 месяцев	4 месяца
Информация о подтверждении соответствия	ГОСТ 24901-89	ТУ 9131-004 -18566245-01	ТУ 9131-007 -59959560-11

При оценке качества данных образцов проводился анализ сведений, представленных на их маркировке согласно ГОСТ Р 51074-2003 «Продукты пищевые. Информация для потребителя. Общие требования».

Оценку качества сдобного печенья проводили по органолептическим и физико-химическим показателям.



При органолептической оценки качества обращают внимание на внешний вид, окраску, форму, состояние поверхности, вид в изломе и структуру, вкус и запах. Путем осмотра изделий определяют правильность формы, наличие деформированных изделий, надломов, надрывов, пузырей, трещин, раковин, подгорелых изделий. Оценивая изделия по виду на изломе, обращают внимание на пропеченность изделий, равномерность пор, наличие пустот, непромеса, закала, посторонних включений. Оценивая вкус и запах изделий, устанавливают наличие неприятных или несвойственных запахов и привкусов, а также хруста на зубах из-за присутствия минеральных примесей.

При физико-химической оценки качества определяется: влажность, щелочность, намокаемость. Сущность определения массовой доли влаги заключается в высушивании навески изделия при определенной температуре до постоянной сухой массы и определении потери массы по отношению к навески. Измельченную навеску печенья массой не более 5 г взвешивают в предварительно высушенных и взвешенных бюксах. Открытые бюксы с навеской помещают в сушильный шкаф нагретый до температуры 130 °С. Длительность высушивания – 30 минут. По окончании высушивания бюксы навеску повторно взвешивают. Массовую долю влаги в % вычисляют по формуле:

$$X = \frac{m_1 - m_2}{m} \times 100, \quad (5)$$

где  $m_1$  – масса навески продукта, г.;

$m_2$  – масса бюкса с навеской до высушивания, г.;

$m$  – масса бюкса с навеской после высушивания, г.

Определение щелочности основано на нейтрализации щелочных веществ, содержащихся в навеске, кислотой в присутствии бромтимолового синего до появления желтой окраски. Метод применяется для определения

щелочности в мучных кондитерских изделиях, изготавливаемых с применением химических разрыхлителей. Навеску массой 25 г измельченного в ступе печенье помещают в колбу емкостью 500 мл и добавляют 250 мл дистиллированной воды. Смесь тщательно взбалтывают и выдерживают 30 мин, при этом повторяют взбалтывание через каждые 10 минут, по истечении 30 мин содержимое колбы профильтровывают через фильтровальную бумагу в сухую колбу. Затем отобранный 50 см<sup>3</sup> фильтрата в колбу, прибавляют 2-3 капли бромитилового синего и титруют раствором соляной кислоты до появления желтого окрашивания. Расчет щелочи производят по формуле :

$$X = \frac{K \times V \times 100}{m \times 10}, \quad (6)$$

где  $K$  – поправочный коэффициент раствора гидроксида натрия или калия концентрации 0,1 моль/дм<sup>3</sup>, используемого для титрования;

$V$  – объем раствора гидроксида натрия или калия, израсходованный на титрование, см<sup>3</sup>;

$m$  – масса навески продукта, г;

100 – коэффициент пересчета на 100 г продукта;

10 – коэффициент пересчета раствора гидроксида натрия или калия концентрации 0,1 моль/дм<sup>3</sup>.

Определение намокаемости основано на установлении массы изделия при погружении в воду на определенное время. Намокаемость характеризуется отношением массы изделий после намокания к массе сухих изделий и выражается в процентах. Для определения намокаемости отбирают не менее 9 изделий данного вида. Применяется прибор состоящий из трехсекционной камеры с открывающейся общей дверцей и емкости для воды. В каждую камеру кладут по одному целому печенье и взвешивают камеру с изделием на весах. Изделие опускают в сосуд с водой, имеющей температуру 20 °С, на 2 мин (для печенья сахарного и затяжного) и 4 мин (для крекера). Камеру вы-

нимают из воды и держат 30 сек. в наклонном состоянии для стекания избытка воды. После этого взвешивают камеру с намокшим изделием. Намокаемость в % вычисляют по формуле:

$$X = \frac{m - m_1}{m_2 - m_1} \times 100, \quad (7)$$

где  $m$  – масса камеры с намокшим изделием, г.;

$m_1$  – масса пустой камеры, г.;

$m_2$  – масса камеры с сухим изделием, г.

Результаты исследования вычисляют с точностью до первого десятичного знака и округляют до целого числа. За окончательный результат испытания принимают среднеарифметическое трех параллельных определений, допускаемые расхождения между которыми не должны превышать по абсолютной величине 5%.

Результаты проведения органолептической и физико-химической оценки качества представленных образцов мы рассмотрим в следующих параграфах.

#### **2.4.2. Результаты органолептической оценки качества**

Органолептическая оценка качества печени проводилась по следующим методам:

- форма;
- состояние поверхности изделия;
- цвет;
- вид в изломе;
- вкус и запах.

Органолептическую оценку качества печени начинают с осмотра внешнего оформления, маркировки и выявления отклонений в массе. Путем

осмотра пачки печенья устанавливают: четкость печати, рисунка и надписей, яркость этикетки. Внешне изделия должны быть привлекательны, оформлены со вкусом. Также обращают внимание на наличие (или отсутствие) на упаковочном материале загрязнений, пятен жира, разрывов. Состояние упаковки (завертки) печенья проверяют на плотность завертки, учитывая перекося этикетки. Правильность и четкость маркировки проверяют по компостеру или штампу на этикетке. По дате выпуска печенья проверяют соблюдение гарантийного срока хранения. После вскрытия пачки определяют взвешиванием на технических весах массу нетто печенья.

Форма изделий должна быть правильная, не деформированная, без изломов, вмятин, с ровным обрезом в торцах.

Поверхность печенья должна иметь ясный рисунок, без вздутий, вкраплений крошек, размеры соответствовать указанным в стандарте. Структура твердая, но мягкая при раскусывании.

Вид на изломе с равномерной пористостью – без пустот и следов непромеса. Для печенья сдобного допускается неравномерная пористость и небольшие пустоты. Оценивая изделие по этому показателю, обращают внимание на пропеченность изделий и наличие закала.

Цвет печенья определяют визуальным осмотром. Он должен быть равномерным, свойственным наименованию, без подгорелости. Допускается более темная окраска краев и нижней стороны печенья.

Вкус и запах определяют опробованием продукта при температуре не ниже 18 °С и не выше 22 °С. Устанавливают наличие неприятных или несвойственных запахов и привкусов, хруста на зубах из-за присутствия минеральных примесей. Размер печенья устанавливают с помощью штангенциркуля у 5 штук изделий. Среднюю длину, ширину и толщину сравнивают с требованиями стандарта. Результаты органолептической оценки качества образцов представлены в табл. 2.8.

Таблица 2.8

## Результаты органолептической оценки качества сдобного печенья

Наименование показателей	Нормативные значения	Образец № 1 Сдобное «Хоршее»	Образец № 2 Сдобное «С малиновой начинкой»	Образец № 3 Сдобное «Творожное классическое»
Вкус и запах	Свойственный данному наименованию печенья без посторонних запаха и привкуса	Свойственный данному печенью без постороннего привкуса и запаха	Без постороннего привкуса и запаха	Без постороннего привкуса запаха
Цвет	Свойственный данному наименованию печенья, допускается более темная окраска выступающих частей рельефного рисунка и краев печенья	Свойственный данному виду	Свойственный данному виду	Свойственный данному виду
Вид в изломе	Печенье должно быть пропеченное	Печенье пропеченное без пустот	Пропеченное без пустот начинка за край не выступает	Пропеченное без пустот

Таким образом, после проведения оценки качества трех образцов сдобного печенья было установлено, что все изделия соответствуют требованиям ГОСТ 24901-89 «Печенье. Общие технические условия», по органолептическим показателям качества [5].

### 2.4.3. Результаты физико-химической оценки качества

При определении физико-химических показателей определяется: влажность, щелочность и намокаемость.

При определении влажности мы пользовались анализатором влажности «ЭВЛАС – 2М» и лабораторными весами. Затем брали навеску массой 5 г и

при температуре 125 °С, опрос– 16 с, порог – 0,03% и проводили анализ. Из наших образцов сдобного печенья все прошли по госту. Массовая доля влаги в процентах вычисляется по формуле (5).

Определяя щелочность, на технических весах мы отвесили 25 г предварительно измельченного в ступке продукта и поместили его в коническую колбу вместимостью около 500 мл. Затем добавили 250 мл воды, содержимое тщательно взбалтали, колбу закрыли пробкой и оставили стоять на 30 мин, продолжая взбалтывать через каждые 10 мин. Через 30 мин содержимое колбы фильтровали через вату в сухую колбу. Затем пипеткой в коническую колбу переносили 50 мл фильтрата и титруют 0,1 моль/дм<sup>3</sup> раствором серной кислоты в присутствии 2-3 капель бромтилового синего до появления желтого окрашивания. Результаты рассчитываются по формуле (6).

Для определения намокаемости печенья мы брали клетку и опускали в воду, вынимали и вытирали фильтровальной бумагой и взвешивали. В клетку закладывали по одному печенью и взвешивали камеру с изделием на технических весах с погрешностью не более 0,01 г. Камеру опускали в сосуд с водой, имеющей температуру 20 °С, на 2 мин. Затем вынули камеру из воды и держали 30 с в наклонном положении для стекания избытка влаги. После этого камеру вытирали и взвешивали. Степень намокаемости мучных изделий в процентах определяют по формуле (7). Результаты проведения физико-химической оценки качества сдобного печенья представлены в табл. 2.9.

Таблица 2.9

#### Результаты физико-химической оценки качества сдобного печенья

Наименование показателей	Нормативные значения	Образец № 1 Сдобное «Хорошее»	Образец № 2 Сдобное «С малиновой начинкой»	Образец № 3 Сдобное «Творожное классическое»
Влажность	Не более 15,5%	8,43	13,61	11,98
Щелочность	Не более 2	1,8	2,4	1,6
Намокаемость не менее %	Не менее 110	166	124	142

Результаты физико-химической оценки качества сдобного печенья позволяют сделать вывод о том, что образцы под № 1 Сдобное «Хорошее» и № 3 Сдобное «Творожное классическое» прошли все показатели по ГОСТ 24901-89 «Печенье. Общие технические условия», а образец № 2 Сдобное «С малиновой начинкой» не прошел допустимую норму (2°) по показателю щелочности [5].

## **2.5. Оценка конкурентоспособности мучных кондитерских изделий различных производителей, реализуемых на предприятии**

Конкурентоспособность товара – это такой уровень его экономических, технических и эксплуатационных параметров, который позволяет выдержать соперничество (конкуренцию) с другими аналогичными товарами на рынке. Кроме того, конкурентоспособность – сравнительная характеристика товара, содержащая комплексную оценку всей совокупности производственных, коммерческих, организационных и экономических показателей относительно выявленных требований рынка или свойств, другого товара.

Конкуренция и конкурентоспособность являются экономическими категориями, относящимися к экономике с рыночными отношениями. С их помощью выражаются взаимосвязи и взаимодействия между производителями товаров и услуг, между производителями и потребителями [8].

В основе конкурентоспособности лежит сочетание цены и качества. При одинаковом качестве продукции и высокой репутации производителей товары конкурентоспособны только при условии, что цены на них не превышают цен на аналогичные товары. Для оценки конкурентоспособности определяется перечень параметров, по которым будет сравниваться товар и эталонные значения для параметров.

Потребительские параметры характеризуют следующие свойства: параметры назначения, качества (в том числе, с точки зрения потребителя), эргономические, эстетические и нормативные, имидж товара, его известность,

торговую марку и т.п. Параметры назначения связаны с областями применения продукции и фикциями, которые она обязана выполнять. Эргономические параметры характеризуют соответствие продукции возможностям человеческого организма при выполнении трудовых операций или потреблении, т.е. показывают степень комфортности и удобства. Эстетические параметры характеризуют информационную выразительность, рациональность формы, совершенство производственного исполнения и стабильность товарного вида. Нормативные параметры отражают свойства продукции, которые регламентируются обязательными нормами, стандартами и законодательством.

Основными принципами оценки конкурентоспособности товара являются:

- принцип интегральности, обеспечивающий углубление и конкретизацию связей между факторами конкурентоспособности;
- принцип комплексности, предполагающий выявление различных составляющих конкурентоспособности товара и факторов, оказывающих на нее влияние;
- принцип диалектичности, подразумевающий рассмотрение совокупности факторов в развитии.

Методическая база должна строиться в соответствии с сущностью товара как продукта, предназначенного для продажи и последующего потребления. Для потребителя ценен не товар как таковой, а те блага, которые он получает при его использовании. Поэтому при определении конкурентоспособности товара оценивается то, насколько лучше/хуже он удовлетворяет запросы пользователей по сравнению с товарами конкурентов, а при обследовании факторов – насколько они способствуют или препятствуют достижению конкурентоспособности товара.

При выявленной проблеме конкурентоспособности товара ее решение и управленческое воздействие целесообразно осуществлять на основе маркетингового исследования, предполагающего изучение отношения покупателей к товарам анализируемого предприятия и его конкурентов, а также досто-



инств и недостатков внутренней среды фирмы; эффективности использования возможностей и избежание угроз ее внешнего окружения.

Оценка конкурентоспособности товара должна проводиться периодически, а не только при возникновении проблемной ситуации. Это обусловлено тем, что принятие превентивных мер на основе выявления сигналов о потенциальном ухудшении конкурентоспособности товара более эффективно, чем попытка повысить его реальную низкую конкурентоспособность [15].

Сегодня между брендами печенья развивается огромная конкуренция. В розничной продаже магазина «Магнит-Норильск», АО «Тандер» представлено печенье следующих производителей:

- ООО «Мондэлис Русь» г. Покров;
- АО «Тандер», г.Краснодар;
- ООО «Фирма «Сувенир» г. Йошкар-Ола;
- ООО «Диал-к» г. Спас;
- ОАО «Кондитерская фабрика «Белогорье» г. Белгород;
- ОАО «Пивкомбинат Балаковский» г. Балаково;
- ОАО «Брянконфи» г. Брянск;
- Кондитерское объединение «Янтарь» г. Москва;
- Кондитерское объединение ЗАО «Любимый край» г. Отрадное;

Для проведения сравнительной оценки конкурентоспособности печенья в условиях магазина «Магнит-Норильск», мы провели анкетированный опрос покупателей (приложение 2).

В опросе принимали участие покупатели различных возрастов, с различным материальным положением. Так из 50 опрошенных 69% покупают сдобное печенье один два раза в неделю, 29% – только по праздникам или дням рождениям и 2% приобретают, но очень редко. Данные опроса представлены на рис. 2.6.

Немалая часть потребителей, ориентирована на средний показатель цены и считает, что качество должно быть на первом месте и многим важно, чтобы продукт был изготовлен в соответствии с гостом.

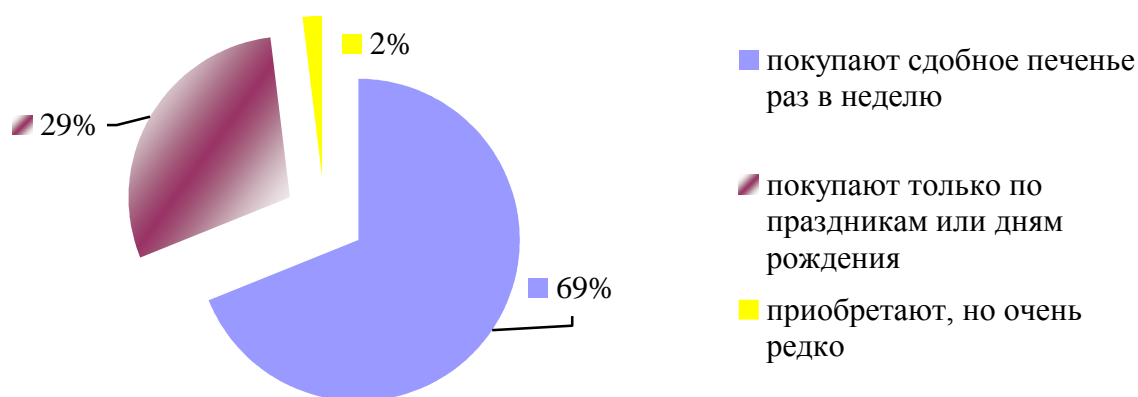


Рис. 2.6. Частота приобретения сдобного печенья, % от числа опрошенных

В результате опроса мы выяснили, что частота приобретения сдобного печенья раз два в неделю составляет 69% покупателей, по праздникам или дням рождения покупают 29% опрошенных, и 2% опрошенных, очень редко приобретают печенье.

Важную роль при покупке играет также цвет и оформление, т.е. визуальные показатели качества продукции. Рассмотрим потребительские предпочтения покупателей по виду сдобного печенья на рис. 2.7.

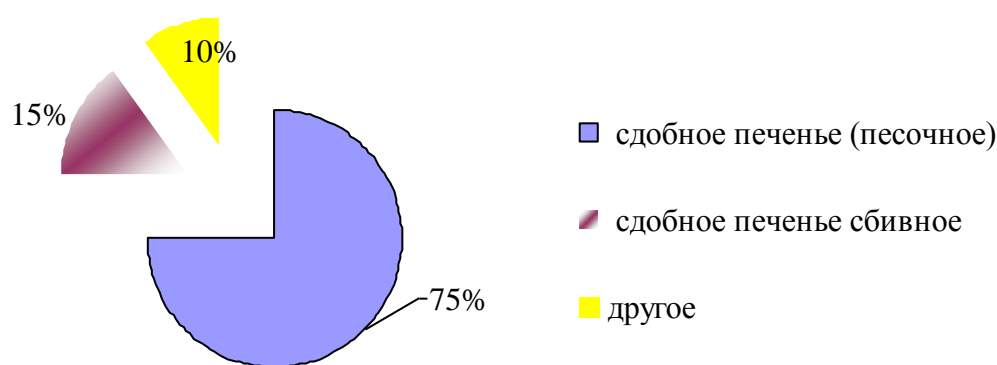


Рис. 2.7. Структура потребительских предпочтений покупателей по виду сдобного печенья, % от числа опрошенных

Опрос показал, что по потребительским предпочтениям видов сдобного печенья на первом месте оказалось сдобное печенье (песочное) их предпочи-

тают 75% опрошенных, на втором сдобное печенье сбивное – 15%, а другие разновидности сдобного печенья предпочитают 10% опрошенных. Не маленькую роль в выборе покупателем играет марка и производитель печенья. По оценке конкурентоспособности наших образцов сдобного печенья 34% покупателей предпочитают печенье «Хорошее», 31% отдали свое предпочтение печенью «С малиновой начинкой» и 35% покупателей предпочли печенье «Творожное классическое».

В результате опроса мы выяснили, что среди трех образцов сдобного печенья, в оценке конкурентоспособности печенья образец под №3 печенье сдобное «Творожное классическое» имеет преимущество по потребительским предпочтениям, с небольшим отрывом данный образец завоевал предпочтение своих покупателей. Результаты данного опроса наглядно представлены на рис. 2.8.

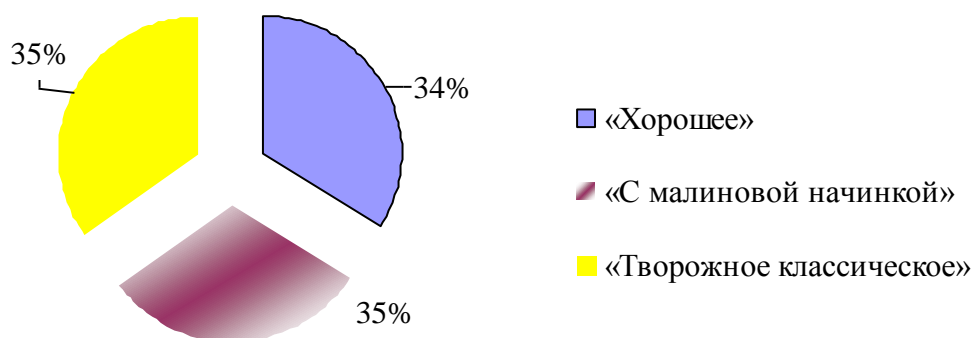


Рис. 2.8. Структура предпочтения покупателей по наименованию печенья, % от числа опрошенных

Таким образом, опрос потребителей показал, что большинство потребителей сдобного печенья со среднемесячным доходом от 5000 до 8000 руб., в основном женщины и дети, и частично потребители со среднемесячным доходом от 8000 руб. и более предпочитают сдобное печенье песочное. Из наших образцов сдобного печенья предпочтение отдали образцу № 3 «Творожное классическое», образец под № 1 и № 2 менее узнаваемы. Что са-

ется ассортимента сдобного печенья в магазине «Магнит-Норильск», большинство покупателей ответили, что их не устраивает ассортимент и хотели бы чтобы его расширили. Потребители со среднемесячным доходом до 5000 руб., покупают редко сдобное печенье, только по праздникам.

## **2.6. Направления совершенствования ассортимента, повышения качества и конкурентоспособности мучных кондитерских изделий, реализуемых в розничном торговом предприятии**

В современных условиях использование категорийного менеджмента может повысить прибыль в компании и улучшить работоспособность персонала. Категорийный менеджмент (управление ассортиментом по товарным категориям) – новый подход к управлению ассортиментом, который предполагает следующее:

1. Разделение всего ассортимента на товарные категории не обязательно в соответствии с общепринятыми группами и видами товаров, а опираясь в первую очередь на психологические аспекты совершения покупок.

2. Ответственность одного сотрудника торгового предприятия за весь цикл движения категории – от закупки до продажи.

3. Рассмотрение каждой товарной категории как мини-предприятия в рамках компании со своим бюджетом, ценообразованием, политикой закупок.

4. Подход к ассортименту магазина как к единой совокупности всех категорий – так, как воспринимает магазин покупатель.

Суть категорийного подхода – выделение категорий так, как их выделяет наш покупатель, а не так, как удобно закупщику или товароведу.

Категорийный менеджмент подразумевает деление ассортимента на классы, группы и категории иногда вопреки общепринятой логике и классическому товароведению. По нашему мнению в группу печенья можно вклю

чить чай, кофе или же молоко, чтобы покупателю было легче их приобретать, тем самым покупатель подсознательно будет брать не только печенье, но и все что нужно к нему.

По мнению С. Сысоевой «Категорийный менеджмент подразумевает деление ассортимента иногда вопреки общепринятой логике и классическому товароведению». При внедрении категорийного менеджмента изменяется структура отдела закупок, меняются и отношения с поставщиками. При обычной, традиционной постановке работы поставщик и магазин находятся как бы по разные стороны баррикад. При внедрении категорийного менеджмента их взаимоотношения принципиально меняются, они начинают работать сообща, исходя из интересов роста объемов продаж категории [24].

Плюсы от внедрения категорийного менеджмента:

1. Уточняется конкурентная стратегия розничного предприятия и планируются мероприятия по управлению ассортиментом, исходя из нее. Стратегия становится четким направлением развития, понятным для сотрудников, занятых в управлении ассортиментом.

2. Оптимизируется оргструктура компании и улучшается взаимодействие всех отделов, прежде всего коммерческого отдела и отдела продаж. Оптимизируется работа других, вспомогательных отделов.

3. Прописываются бизнес-процессы и оформляются документы, регламентирующие управление ассортиментом.

4. Повышается ответственность каждого сотрудника за порученный ему товар и результативность его работы. Повышается квалификация, так как новые обязанности требуют новых профессиональных знаний и навыков.

5. Повышается удовлетворенность покупателей. Повышается процент «импульсивных» покупок. Ассортимент становится сбалансированным и гармоничным в восприятии покупателя.

6. Повышается прибыль продаж. Переход на управление ассортиментом по товарным категориям позволяет повысить продажи и прибыль как минимум на 5% в каждой категории.

7. Исчезают классические противоречия между отделами закупок и продаж, так как человек, ответственный за категорию, объединяет в себе обе задачи: задача «закупить, чтоб было на складе» меняется на задачу «закупить, чтобы продать».

Категорийный менеджмент поможет компании эффективно работать если компания:

- продумает стратегию управления ассортиментом;
- проведет необходимые корректировки формата и позиционирования магазина;
- оптимизирует ассортиментную политику как набор тактических средств управления ассортиментом;
- выберет методы анализа работы с ассортиментом;
- пересмотрит организационную структуру, распределение обязанностей между отделами и должностями;
- выработает четкие критерии оценки эффективности работы сотрудников.

Категорийный менеджмент – не волшебное средство для получения прибыли. Это стратегия организации в области управления ассортиментом, которая при должном подходе может обеспечить конкурентное преимущество. Как любая стратегия, категорийный менеджмент требует комплексного подхода.

Основные этапы при переходе компании на категорийный менеджмент:

1. Составление плана внедрения категорийного менеджмента.
2. Четкое распределение обязанностей и ответственности в ходе внедрения категорийного менеджмента [24].

Стратегия внедрения категорийного менеджмента требует составления подробного бизнес-плана: с постановкой финансовых и операционных целей, распределением зон ответственности между руководителями отделов и указанием сроков выполнения работ, а также критериями оценки достижения планов. При внедрении категорийного менеджмента в магазин «Магнит-

Норильск» в магазине не только вырастит выручка, но и будет порядок как в самом торговом зале и на складе, так и порядок в распределении обязанностей каждого сотрудника, все будут заняты своими обязанностями, за что и будут получать свою зарплату.

При определении уровня качества изделий, применяют несколько методов: объективный, органолептический, дифференцированный, комплексный. При создании комплексного показателя качества сдобного печенья, определяют весомость каждого единичного показателя в общей оценке качества печенья. Под весомостью какого-либо показателя понимается количественная характеристика значимости данного свойства и его показателя среди других показателей по отношению к качеству продукции в целом. Следовательно, коэффициент весомости характеризует долевым вкладом каждого из показателей свойств в обобщенный показатель качества [20].

Для определения коэффициентов весомости отдельных показателей свойств сдобного печенья и выделения наиболее значимых свойств предлагается использовать экспертный метод, основанный на опросе группы специалистов-экспертов. При этом для установления комплексного показателя качества сдобного печенья ставится условие, чтобы сумма коэффициентов весомости единичных показателей была равной единице (табл. 2.10).

Таблица 2.10

Коэффициент весомости при оценке уровня качества  
сдобного печенья

Наименование показателя	Единица измерения	Коэффициент весомости
Органолептические показатели		
1. Вкус и запах	Балл	0,3
2. Цвет	Балл	0,2
3. Вид в изломе	Балл	0,1
Физико-химические показатели		
4. Влажность	%	0,2
5. Щелочность	Град	0,1
6. Намокаемость	%	0,1
Итого	–	1,0

Из табл. 2.10 видно, что каждому показателю отведено определенное значение коэффициента в зависимости от его значения. Экспертам, нужно опираясь на опыт, знания и результаты исследований оценить каждый показатель. Анализ результатов оценки качества сдобного печенья и составление заключения осуществляется на основе совокупности полученных комплексных и единичных показателей качества. На основе анализа составляется заключение, отражающее уровень качества оцениваемых образцов печенья.

Далее необходимо было оценить уровень качества образцов сдобного печенья по предложенной методике. Для того, чтобы получить баллы с учетом коэффициента весомости брались значения показателей, ранее полученные при экспертизе качества исследуемых образцов. Полученные данные представлены в табл. 2.11.

Таблица 2.11

Результаты расчета комплексного показателя качества  
сдобного печенья

Наименование показателя	Коэффициент весомости	Исследуемые образцы					
		№ 1		№ 2		№ 3	
		Баллы	Баллы с учетом коэффициента весомости	Баллы	Баллы с учетом коэффициента весомости	Баллы	Баллы с учетом коэффициента весомости
<b>Органолептические показатели</b>							
1. Вкус и запах	0,3	5	1,5	5	1,5	5	1,5
2. Цвет	0,2	5	1	5	1	5	1
3. Вид в изломе	0,1	5	0,5	5	0,5	5	0,5
<b>Физико-химические показатели</b>							
1. Влажность	0,2	5	1	3	0,6	4	0,4
2. Щелочность	0,1	4	0,4	1	0,1	5	0,5
3. Намокаемость	0,1	5	0,5	4	0,4	4	0,4
Итого	1,0	29	4,9	23	4,1	29	4,3



По результатам, полученным с использованием предложенной методики видно, что наибольший суммарный балл набрал образец Сдобного печенья № 1 производителя компании АО «Гандер». Следовательно, данное печенье обладает наилучшими потребительскими качествами, а так же может стать наиболее конкурентоспособной среди аналогичных товаров разных производителей.

При использовании комплексного метода процесс оценки конкурентоспособности сдобного печенья будет, включает следующие этапы:

- выбор номенклатуры показателей и свойств конкурентоспособности;
- оценка экспертным методом единичных показателей конкурентоспособности;
- определение комплексного показателя конкурентоспособности.

С учетом наиболее значимых для покупателей показателей и свойств сдобного печенья, была определена конкурентоспособность продукции (табл. 2.12).

Таблица 2.12

Коэффициент весомости наиболее значимых единичных показателей  
при оценке конкурентоспособности сдобного печенья

Наименование показателя	Коэффициент весомости
Дизайн упаковки	0,1
Качество	0,4
Производитель	0,2
Цена	0,3
Всего	1,0

Свойства, определяющие качество сдобного печенья, в разной степени влияют на них. Степень важности каждого из свойств оценивают коэффициентом весомости. Наибольшее значение коэффициента принадлежит таким показателям, как качества и цена, так как при опросе потребителей они составляют большую долю.

Так же необходимо было оценить конкурентоспособность образцов сдобного печенья по предложенной методике. Для этого в качестве экспертов было привлечено 5 человек: специалисты магазина «Магнит-Норильск» – 2 чел., покупатели – 3 чел. Участникам необходимо было оценить каждый показатель по 5 балльной шкале. Для подсчета полученных данных находили среднее значение единичного показателя. Результаты оценки конкурентоспособности представлены в табл. 2.13.

Таблица 2.13

## Результаты оценки конкурентоспособности сдобного печенья

Наименование показателя	Коэффициент весомости	Исследуемые образцы					
		№1		№2		№3	
		Баллы	Баллы с учетом коэффициента весомости	Баллы	Баллы с учетом коэффициента весомости	Баллы	Баллы с учетом коэффициента весомости
1. Дизайн упаковки	0,1	5	0,5	5	0,5	5	0,5
2. Качество	0,4	5	2	3	1,2	4	1,6
3. Производитель	0,2	5	1	5	1	5	1
4. Цена	0,3	5	1,5	5	1,5	4	1,2
Итого	1	–	5	–	4,2	–	4,3

На основании полученных данных можно сделать вывод о том, что при оценке конкурентоспособности по предложенной методике наибольшее количество баллов набрал образец сдобного печенья производства АО «Тандер». Данный образец сдобного печенья набрал так же большое количество баллов при оценке уровня качества. Т.е сдобное печенье производства АО «Тандер» наиболее качественно, пользуется большим спросом у потребителей и является конкурентоспособным.

Результаты оценки уровня качества и конкурентоспособности используют для выбора путей оптимального повышения конкурентоспособности и соответственно качества продукции. Факт высокой конкурентоспособности

самого изделия является необходимым условием реализации технического обслуживания, наличия рекламы, торговых отношений между странами-производителями и т.д.

## Заключение

Кондитерские изделия – одна из самых востребованных на рынке категорий продукции. Люди покупают сладкое себе и в подарок, что бы отметить праздник или «заесть» горе, приятно провести время с друзьями или скоротать вечерок за книгой. Поэтому торговля кондитерскими изделиями всегда была бизнесом прибыльным, но с высокой конкуренцией.

В данной выпускной квалифицированной работе нами были рассмотрены теоретические основы формирования ассортимента и оценка конкурентоспособности мучных кондитерских изделий и проведено исследование ассортимента, качества и конкурентоспособности мучных кондитерских изделий реализуемых в розничном торговом предприятии магазина «Магнит-Норильск».

Объектом исследования в выпускной квалифицированной работе является магазин «Магнит-Норильск». Исследуя, организационно-экономическую характеристику магазина мы выяснили, что магазин, является линейно-функциональным и представляет шахматный принцип организации управленческого процесса. Динамика основных показателей финансово-хозяйственной деятельности магазина за 2013-2015 годы показывает, что компания является высокодоходной организацией, о чем свидетельствуют высокие темпы роста выручки и прибыли. Также нами была рассмотрена характеристика ассортимента мучных кондитерских изделий и организация контроля качества мучных изделий в магазине «Магнит-Норильск».

Была проведена органолептическая и физико-химическая оценка качества мучных кондитерских изделий (на примере сдобного печенья) трех образцов. По результатам оценки качества, по органолептическим показателям все образцы сдобного печенья прошли нормы показателей качества по ГОСТ. По физико-химическим показателям образец № 2 печенье Сдобное «С малиновой начинкой» не прошел норму щелочности (2°).

Для проведения сравнительной оценки конкурентоспособности печенья в условиях магазина «Магнит-Норильск», мы провели анкетированный опрос покупателей и выяснили, что, по мнению покупателей образец № 3 печенье сдобное «Творожное классическое» более узнаваем, чем образцы под №1 и № 2.

По направлению совершенствования ассортимента нами были предложены мероприятия по внедрению категорийного менеджмента в магазине «Магнит-Норильск». Для определения уровня качества мы использовали комплексный метод расчета. По результатам, полученным с использованием предложенной методики наибольший суммарный балл набрал образец сдобного печенья № 1 «Хорошее» производителя компании АО «Тандер». Следовательно, данное печенье обладает наилучшими потребительскими качествами.

### Список использованных источников

1. Гигиенические требования безопасности и пищевой ценности пищевых продуктов [Текст] : Санитарно-эпидемиологические правила и нормативы. СанПиН 2.3.2.1078-01. – М. : ИПК Издательство стандартов, 2001.
2. Изделия кондитерские. Методы определения влаги и сухих веществ [Текст] : ГОСТ 5900-73. – М. : ИПК Издательство стандартов, 2004.
3. Изделия кондитерские мучные. Метод определения намокаемости [Текст] : ГОСТ 10114-80. – М. : ИПК Издательство стандартов, 2002.
4. Органолептическая оценка кондитерских изделий [Текст] : ГОСТ 5897-90. – М. : Издательство стандартов, 2004.
5. Печенье. Общие технические условия [Текст] : ГОСТ 24901-89. – М. : ИПК Издательство стандартов, 2008.
6. Изделия кондитерские. Методы определения кислотности и щелочности [Текст] : ГОСТ 5898-87.– М. : ИПК Издательство стандартов. – 2011.
7. Бутейкис, Н. Г. Технология приготовления мучных кондитерских изделий [Текст] : учебник / Н. Г. Бутейкис. – М. : Академия. – 2013.
8. Головачев, А. С. Конкурентоспособность [Текст] : учеб. пособие / А. С. Головачев. – Мн. : Выш. шк., 2012. – 319 с.
9. Горун, Е. Г. Теоретические основы товароведения и экспертизы [Текст] : учебник / Е. Г. Горун. – М. : МГУТУ. – 2011. – 416 с.
10. Драгилев, А. И. Производство мучных кондитерских изделий [Текст] : учебник / А. И. Драгилев, Я. М. Сезанаев. – М. : ДеЛи, 2012. – 446 с.
11. Зубченко, А. В. Технология кондитерского производства [Текст] : учебник / А. В. Зубченко. – Воронеж : Воронеж. гос. технол. Акад, 2011. – 430 с.
12. Корячкина С. Я. Технология мучных кондитерских изделий [Текст] : учебник / С. Я. Корячкина. – СПб : Троицкий мост, 2011. – 400 с.

13. Кузнецова, Л. С. Технология приготовления мучных кондитерских изделий [Текст] : учебник / Л. С. Кузнецова, М. Ю. Сиданова. – М. : Мастерство, 2012. – 320 с.

14. Кузнецова, Л. С. Лабораторный практикум по технологии кондитерского производства [Текст] : учебник / Л. С. Кузнецова. – М. : Пищевая промышленность, 2014. – 184 с.

15. Лифиц, И. М. Конкурентоспособность товаров и услуг [Текст] : учеб. для бакалавров / И. М. Лифиц. – 3-е изд., перераб. и доп. – М. : Юрайт, 2013. – 438 с.

16. Малютенкова С. М. Товароведение и экспертиза кондитерских товаров [Текст] : учебник / С. М. Малютенкова. – СПб. : Питер, 2013.

17. Маршалкин, Г. А. Технологическое оборудование кондитерских фабрик [Текст] : учебник / Г. А. Маршалкин. – 3-е изд., перераб, и доп. – СПб. : Перекресток, 2011. – 448 с.

18. Матвеева, И. В. Пищевые добавки и хлебопекарные улучшители в производстве мучных изделий [Текст] : учебное пособие / И. В. Матвеева, И. Г. Белявская. – М. : МГУПП, 2011. – 115 с.

19. Микулович, Л. С. Товароведение продовольственных товаров [Текст] : учебник / Л. С. Микулович. – 2-е изд., испр. – Мн. : Высшая школа, 2011. – 416 с.

20. Минько, Э. В. Качество и конкурентоспособность [Текст] : учебник / Э. В. Минько. – СПб. : Питер, 2014. – 268 с.

21. Мэнли, Д. Мучные кондитерские изделия [Текст] : учебник / Д. Мэнли. – СПб. : Профессия. – 2013. – 558 с.

22. Райкова, Е. Ю. Теория товароведения [Текст] : учеб. пособие / Е. Ю. Райкова. – М. : Академия. – 2011. – 240 с.

23. Рыжакова, А. В. Товароведение однородных групп продовольственных товаров [Текст] : учебник для бакалавров / А. В. Рыжакова. – М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К<sup>о</sup>». – 2013. – 930 с.

24. Сысоева, С. Управление ассортиментом в рознице. Категорийный менеджмент [Текст] : учебник / С. Сысоева. – СПб. : Издательство «СПБКО». – 2011.
25. Селезнева, Г.Д. Экспертиза качества кондитерских изделий [Текст] : учебник / Г.Д Селезнева. – М. : ПрофОбрИздат. – 2013. – 86 с.
26. Скуратовская, О. Д. Контроль качества продукции физико-химическими методами. Мучные кондитерские изделия [Текст] : учебник / О. Д. Скуратовская. – М. : Дели, 2015. – 100 с.
27. Тимофеева, В. А. Товароведение продовольственных товаров [Текст] : учебник / В. А. Тимофеева. – изд.5-е, доп. и перер. – Ростов н/Д. : Феникс. – 2015. – 416 с.
- 28.Чепурной, И. П. Товароведение и экспертиза кондитерских товаров [Текст] : учебник / И. П. Чепурной. – М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°». – 2012. – 416 с.
29. Шепелев, А. Ф. Товароведение и экспертиза кондитерских и вкусовых товаров [Текст] : учебное пособие для торговых вузов / А. Ф. Шепелев. – 2-е изд.; переработ. – М. : Экономика, 2011.
30. Официальный сайт АО «Тандер». – Режим доступа: <http://magnit-info.ru>.
31. Рынок мучных кондитерских изделий. – Режим доступа: <http://www.4p.ru/main/research/3802>.
32. Обзор российского рынка хлебобулочных и мучных кондитерских изделий. – Режим доступа: <http://www.4p.ru/main/research/16721>.
33. Маркетинговые исследования. – Режим доступа: <http://vk.cc/5erKji>.



## **Приложения**

## Анкета

**Уважаемый покупатель!**

**С целью оценки конкурентоспособности мучных кондитерских изделий. Мы проводим опрос с целью выявления Ваших предпочтений сдобного печенья. Отметьте понравившийся Вам ответ.**

**1. Как часто Вы покупаете сдобное печенье?**

- а) один два раза в неделю
- б) по праздникам и дням рождения
- в) редко

**2. Важно ли для вас, чтобы печенье было изготовлено по ГОСТу?**

- а) да
- б) нет

**3. На что Вы больше обращаете внимание при выборе печенья?**

- а) вкус и качество
- б) торговая марка
- в) внешний вид
- г) цена

**4. Устраивает ли Вас ассортимент сдобного печенья в магазине Магнит-Норильск?**

- а) да
- б) нет, хотелось бы расширить ассортимент сдобного печенья

**5. Какие виды сдобного печенья Вы предпочитаете покупать?**

- а) песочное
- б) сбивное
- в) другое

**6. Нравится ли вам сдобное печенье:**

- а) «Хорошее»
- б) «С малиновой начинкой»

в) «Творожное классическое»

**7. Сдобное печенье каких марок Вы предпочитаете?**

Ответ:

В заключении ответьте на несколько вопросов о себе. Это необходимо для обработки информации.

**1. Пол:**

- а) мужской
- б) женский

**2. Возраст:**

- а) до 18 лет
- б) 20 – 30
- в) 30 – 39
- г) 40 – 54
- д) 55 – 59
- е) 60 лет и старше

**3. Род деятельности:**

- а) служащий
- б) рабочий
- в) учащийся

**4. Ваш средний ежемесячный доход**

- а) до 5000 руб.;
- б) от 5000 до 8000 руб.;
- в) от 8000 до 14000 руб.
- г) более 14000 руб.

Образец № 1 печенье Сдобное «Хорошее»



## Образец № 2 печенье Сдобное «С малиновой начинкой»



Образец № 3 печенье Сдобное «Творожное классическое»

