

**ЧАЙКОВСКИЙ ТЕХНИКУМ ПРОМЫШЛЕННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ
И УПРАВЛЕНИЯ
ТОВАРОВЕДЕНИЕ И ЭКСПЕРТИЗА КАЧЕСТВА
ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ТОВАРОВ**

**КУРСОВАЯ РАБОТА
ПО ДИСЦИПЛИНЕ «ТОВАРОВЕДЕНИЕ»
НА ТЕМУ «ШОКОЛАД»**

**ВЫПОЛНИЛА:
СТУДЕНТКА 1 КУРСА
ГРУППА
КОЛЕСНИКОВА К.Т.
НАУЧНЫЙ РУКОВОДИТЕЛЬ
СУХАНОВА И.Г.**



ЧАЙКОВСКИЙ – 2018

ВВЕДЕНИЕ

История появления шоколада неразрывно связана с зарождением первых цивилизаций. Древнейшее лакомство прошло путь от горького напитка до сладкого европейского десерта, что в 19 веке принял привычное для нас твердое состояние, а сегодня является одним из самых популярных кондитерских изделий в мире.

ВВЕДЕНИЕ

Сегодня королевское лакомство с многовековой историей доступно для каждого и является, наверно, самой притягательной в мире сладостью. История шоколада не заканчивается. Талантливые кондитеры неустанно совершенствуют свое мастерство. Поэтому тема изучения шоколада, как товара, очень актуальна.

ВВЕДЕНИЕ

Цель работы: исследование ассортимента и показателей качества шоколада с современной точки зрения, его торгово-технологического процесса.

ВВЕДЕНИЕ

Задачи:

1. Изучить понятие, пищевую ценность, особенности шоколада.
2. Изучить факторы, формирующие ассортимент и качество шоколада.
3. Изучить торгово - технологический процесс технологический процесс данного товара.
4. Исследовать ассортимент шоколада в торговой сети города Чайковского.
5. Провести опрос покупателей с целью выявления предпочтений при покупке шоколада.
6. Сформулировать выводы по проделанной работе.

ПОНЯТИЕ, ПИЩЕВАЯ ЦЕННОСТЬ, ОСОБЕННОСТИ

Шоколад - кондитерское изделие на основе масла какао, являющееся продуктом переработки продуктом переработки какао - бобов семян шоколадного дерева, богатых теобромином и кофеином.

Согласно ГОСТ Р 52821-2007 шоколад - кондитерское изделие, получаемое на основе какао-продуктов и сахара, в составе которого не менее 35% общего сухого остатка какао-продуктов, в том числе не менее 18% масла какао и не менее 14% сухого обезжиренного остатка какао-продуктов.

ПОНЯТИЕ, ПИЩЕВАЯ ЦЕННОСТЬ, ОСОБЕННОСТИ

Пищевая ценность шоколада может существенно варьироваться в зависимости от его сорта и наполнителей.

Пищевая ценность шоколада определяется и содержанием полезных веществ: в сладком лакомстве содержатся витамины А, Е, В, РР, калий, кальций, натрий, магний, фосфор, железо, «хороший» холестерин и пищевые волокна.

ПОНЯТИЕ, ПИЩЕВАЯ ЦЕННОСТЬ, ОСОБЕННОСТИ

Содержащееся в шоколаде вещество триптофан способствует выработке в организме человека эндорфинов, которые называют гормонами счастья.

ПРОИЗВОДИТЕЛИ

- «Марс»/«Mars»
- «Сникерс»
- «Альпен Гольд»
- «Шоколад Коркунов»
- «Нестле»
- «Милка/Milka»
- «Риттер Спорт/Ritter Sport»

ПРОИЗВОДИТЕЛИ

Лучшие кондитерские фабрики России:

«Сладуница»,

«Русский шоколад»,

«Победа вкуса»,

«Кондитерский концерн Бабаевский»,

«Россия»,

«Богатырь»,

ОАО «Красный октябрь»,

ОАО «Верность качеству»,

ОАО «Рот Фронт»,

ООО «Одинцовская кондитерская фабрика».

КЛАССИФИКАЦИЯ ШОКОЛАДА

- По содержанию в шоколаде какао: горький (более 60% какао), полугорький или десертный (от 35% до 60%), молочный (не более 35%).
- По способу обработки и рецептуре: десертный, обыкновенный, пористый.
- В зависимости от содержания в шоколаде добавок: шоколад с добавками, шоколад без добавок, шоколад с начинкой.

ФАКТОРЫ, ФОРМИРУЮЩИЕ АССОРТИМЕНТ И КАЧЕСТВО

Технологические процессы производства шоколада:

очистка и сортировка бобов,
термическая обработка,
дробление какао-бобов и отделение
какавеллы,
приготовление тертого какао,
приготовление шоколадных масс,
упаковка готовой продукции.

ОЦЕНКА КАЧЕСТВА

Экспертиза шоколада производится в соответствии с ГОСТ Р 52821-2007 (дата введения 01.01.2010).

Качество шоколада так же оценивается следующими показателями: пищевой и биологической ценностью, органолептическими и физико-химическими показателями, показателями безопасности.

ОЦЕНКА КАЧЕСТВА

Органолептические показатели: внешний вид, форма, консистенция, структура, вкус и запах.

Физико-химические показатели: содержание начинки, массовая доля золы, степень измельчения.

Массовые доли сахара, жира и влаги должны соответствовать расчётным содержаниям по рецептуре, массовая доля какао-продуктов – не менее 25%.

Показатели безопасности должны соответствовать по уровню содержания токсичных элементов, а также по микробиологическим показателям.

ДЕФЕКТЫ, БОЛЕЗНИ

Существенными дефектами шоколада являются сахарное и жировое поседение, а также повреждение шоколадной молью и другими насекомыми.

Сахарное поседение происходит в том случае, когда поверхность шоколада увлажняется при помещении холодного шоколада в теплое помещение с высокой относительной влажностью воздуха.

ДЕФЕКТЫ, БОЛЕЗНИ

Жировое поседение возникает вследствие выделения кристалликов жира, которые могут появиться при неправильном хранении, связанном с большими колебаниями температур.

Шоколад легко поражается **насекомыми-вредителями**. Наиболее опасна для него шоколадная моль – небольшая бабочка с рыжевато-серыми крыльями.

ФАЛЬСИФИКАЦИЯ

- Подмена одного вида шоколада другим: например, под видом десертного продают обыкновенный шоколад.
- Введение в шоколадную массу в больших количествах менее ценных компонентов (сухое и сгущенное молоко, сливки, изюм, растертые орехи, цукаты, дробленые вафли и т.п.), тем самым, снижая содержание более дорогих (какао-масла и тертого какао).

ФАЛЬСИФИКАЦИЯ

- Введение вместо какао-масла гидро - или растительного жира или масла, идентичного какао-маслу.
- Введение повышенного количества сахара или воды для увеличения массы.
- Добавление какао-порошка, соевых и различных белковых продуктов.
- Введение различных антиокислителей для удлинения сроков годности.
- Недовес.

ТОРГОВО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ ПРОЦЕСС

Особенности приёмки шоколада

Приемка товаров в магазине включает в себя: проверку количества поступивших товаров, их качества и комплектности, оформление приемки соответствующими документами, принятие товаров на учет.

ОСОБЕННОСТИ УПАКОВКИ, МАРКИРОВКИ И ХРАНЕНИЯ

- В соответствии со стандартом шоколад, выпускаемый в плитках, должен быть завернут в алюминиевую фольгу и художественно оформленную этикетку.
- Завернутый шоколад в виде плиток упаковывают в ящики из гофрированного картона массой нетто не более 5кг, коробки или пачки из картона массой нетто не более 3кг с последующей упаковкой в дощатые ящики.

ОСОБЕННОСТИ УПАКОВКИ, МАРКИРОВКИ И ХРАНЕНИЯ

- ◎ **Согласно ГОСТу 6534-89**, на коробках и пачках с шоколадом должны быть указаны: товарный знак (если есть), наименование предприятия-изготовителя, его местонахождение, наименование продукта, состав основных компонентов, масса нетто, дата выработки, срок хранения, информационные сведения о пищевой и энергетической ценности в 100 г продукта, обозначение настоящего стандарта, код сертифицирующей организации.

ОСОБЕННОСТИ УПАКОВКИ, МАРКИРОВКИ И ХРАНЕНИЯ

- Оптимальная температура хранения - 20 °С, при такой температуре шоколад долго сохраняет полезные и вкусовые качества.
- Гарантийные сроки хранения шоколада со дня его выработки: десертный и обыкновенный без добавлений - 10 месяцев, десертный и обыкновенный с добавлениями, шоколад с начинкой и в порошке - 4 месяца, весовой без добавлений - 3 месяца, с добавлениями - 2 месяца, шоколад белый и в порошке с добавлением молочных продуктов - 1 месяц.

Выкладка шоколада в торговом зале

- Основное количество продукта концентрируется на витрине, расположенной в середине торгового зала.
- Продажа шоколадных батончиков лучше организуется перед кассой.
- Предпочтение отдаётся вертикальной выкладке.
- Торговые стеллажи располагаются на уровне глаз человека.

ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКАЯ ЧАСТЬ

Описание рынка шоколада

- Продукция отечественного производства – более 83%
- Доля импорта - 17%.
- Наблюдается тенденция ежегодного сокращения импорта, за 5 лет его доля снизилась на 22,7%.
- наибольшие доли занимают плиточный шоколад и весовые конфеты – соответственно 45 и 33%.
- Доли шоколадных батончиков и упакованных конфет в коробках составляют, соответственно, 11 и 9%.

ОПИСАНИЕ РЫНКА ШОКОЛАДА

- ◉ Шоколад, упакованный по 100 граммов, – его доля в сегменте составляет около 70%.
- ◉ Более 60% всей шоколадной продукции представляют конфеты.
- ◉ Молочный шоколад: на этот продукт приходится 60% продаж. Темная и горькая разновидности пользуются намного меньшей популярностью.

ОПИСАНИЕ РЫНКА ШОКОЛАДА

- **Торговая сеть г. Чайковского** предлагает большое разнообразие вкусов. Шоколад молочный, тёмный, горький, белый, с наполнителями и начинками, без наполнителей и начинок следующих марок:
«Бабаевский», «Dove», «Россия», «Красный октябрь», «Вдохновение», «А.Коркуно», «Milka», «Российский», «Сладкий остров», «Аленка», «Alpen Gold», «Merci», «Ritter Sport».

ОПИСАНИЕ РЫНКА ШОКОЛАДА

- ◉ Шоколадные батончики «Snickers», «Milky Way», «Twix», «Nesquik», «Bounty», «Mars», «KitKat».

ОСНОВНЫЕ ПОКУПАТЕЛИ

- Наиболее активными покупателями плиточного шоколада являются респонденты в возрасте от 14 до 25 лет.
- Самым популярным у респондентов является молочный шоколад – его любят почти 48% участников опроса.
- Наиболее часто чайковцы покупают шоколад с добавками и наполнителями – так ответили 53% опрошенных.

УЗНАВАЕМОСТЬ, КОНКУРЕНЦИЯ

- Марку Alpen Gold знают 100% респондентов.
- Второе место - шоколад Российский- 95% респондентов.
- Третье место-шоколад Бабаевский - 84,1%.
- Nestle- 83%, Milky Way-82%,
- Вдохновение - 80%
- А.Коркунов -80,0%.
- Чаще всего чайковцы покупают шоколад Alpen Gold, «Милка».

ЧАСТОТА ПОКУПКИ

- 58% людей покупают шоколад не реже одного раза в месяц.
- 18% покупают плиточный шоколад реже 1 раза в месяц.
- 56% покупают его раз в неделю или чаще среди тех, кто покупает шоколад не реже 1 раза в месяц.
- 44% - от 1 до 3 раз в месяц.

УПОТРЕБЛЕНИЕ ШОКОЛАДА

- Практически все потребители (90%) покупают шоколад в плитках для себя и своей семьи. 10% совершают покупку для друзей и знакомых.

ЗНАНИЕ РЕКЛАМЫ МАРОК

- 25% опрошенных спонтанно называют первой рекламу шоколада «Альпен Голд», 15% - рекламу «Аленки». Чуть меньше респондентов (13%) знают рекламу «Милки» и «Киндер» (11%).

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

- В настоящее время рынок шоколада близок к насыщению. Для шоколадной отрасли сегодня характерна сильная конкуренция и концентрация производства.
- 96% кондитерских изделий производится на российской территории, хоть и владеют отечественными кондитерскими фабриками по большей части зарубежные инвесторы.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

- Жестокая конкуренция на рынке приводит не только к созданию новых инновационных продуктов для удовлетворения все возрастающих потребностей потребителей, но и к интеграции участников рынка в холдинги.

Спасибо за внимание!