

**Формирование ассортимента круп на
предприятии розничной торговли на
примере магазина «Спар» ООО
«Универмаг»**

Выполнила: студентка
III курса 10 группы
специальность Коммерция (по отраслям)
Мартынова Маргарита

Актуальность

Актуальностью является: проведение товарной экспертизы, выявление фальсифицированной продукции и ряд других.

Целью выпускной квалификационной работы, это: изучить зерномучные товары как предметы потребления, предмет изучения - их потребительные свойства.

Задачей является изучение качества зерномучных товаров, т.е. совокупность свойств, обуславливающих пригодность удовлетворять определённые потребности в соответствии с её назначением.

ТЕОРЕТИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

1.1 Товароведная характеристика зерномучных товаров

Крупа - пищевой продукт из цельных или дробленых зерен крупяных сортов (просо, гречиха, рис, кукуруза), зерновых (ячмень, овес, пшеница) и бобовых (горох, чечевица) культур.

Крупяные растения, возделываемые для получения зерна, из которого, в основном, приготавливают крупу.

1.2 Классификация и ассортимент зерномучных товаров

1.3 Факторы, формирующие и сохраняющие качество зерномучных товаров

К сохраняющим факторам относятся упаковка, хранение, товарная обработка, реализация и потребление.

Основной задачей упаковки является: защита упакованных товаров от неблагоприятных внешних условий.

Эффективное хранения товаров - сохранение их без потерь или с минимальными потерями в течение заранее обусловленного срока

Цель основной товарной обработки, это - придание привлекательного внешнего вида.

Назначением реализации является создание потребительских предпочтений, обеспечивающих сбыт товаров.

Потребление, обеспечивающее использование товаров по функциональному или социальному назначению.

ПРАКТИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

2.1 Ассортимент магазина «Спар» ООО «Универмаг»

Группа товаров	Удельный вес, %
Бакалея	32,66
Готовая еда	1,91
Замороженные продукты	1,60
Молочная гастрономия	14,33
Мясная гастрономия	14,37
Напитки	13,14
Непродовольственные товары	5,31
Пекарня	4,61
Рыбная гастрономия	2,83
Фрукты, овощи, цветы	8,15
Яйцо	1,09
Всего	100,00

2.2 Анализ информационных данных

Наименование показателя	Образец 1	Образец 2	Образец 3
Наименование продукта	Крупа рис длиннозерный полированный	Крупа рис длиннозерный шлифованный	Крупа рис белый круглозерный «Краснодарский»
Сорт	Не указан	1	Не указан
Наименование и местонахождение производителя	РФ, Челябинская область, Сосновский район, п. Рощино.	Россия, г. Нижний Новгород, ул. Лейтенанта Шмидта, д.4 «а».	Россия, Нижегородская область, Балахнинский район, р.п. Лукино,
Товарный знак	Имеется	Имеется	Имеется
Масса нетто	800	800	700
Состав продукта	-	-	-
Пищевые добавки	-	-	-
Пищевая ценность	Белки-7,0г, Жиры-1,0г, Углеводы-71,1г	Белки-7,0г, Жиры-1,0г, Углеводы-71,1г	Белки-7,0г, Жиры-1,0г, Углеводы-71,1г
Дата изготовления	04.11.16	14.03.2017	07,04,17
Условия хранения	Описаны	Описаны	Описаны
Срок хранения	18 мес.	18 мес.	Отсутствует
Нормативный документ	ГОСТ ISO 9001	ГОСТ 6292-93	ГОСТ 6292-93

2.3 Результаты органолептических исследований

Наименование показателя	Внешний вид и цвет по ГОСТ	Фактические данные	Запах по ГОСТ	Фактические данные	Вкус по ГОСТ	Фактические данные
Образец 1 Крупа рис длиннозерный шлифованный	Белый, допускаются единичные зерна с цветными оттенками	Белый	Свойственный нормальной рисовой крупе, без затхлого, плесневелого и др посторонних запахов	Без посторонних запахов	Свойственный рисовой крупе без посторонних привкусов, не кислый, не горький	Без посторонних привкусов
Образец 2 Крупа рис длиннозерный	Белый с различными оттенками	Белый	Свойственный нормальной рисовой крупе, без затхлого, плесневелого и др посторонних запахов	Без посторонних запахов	Свойственный рисовой крупе без посторонних привкусов, не кислый, не горький	Без посторонних привкусов
Образец 3 Крупа рис круглозерный	Белый, допускаются единичные зерна с цветными оттенками	Белый	Свойственный нормальной рисовой крупе, без затхлого, плесневелого и др посторонних запахов	Без посторонних запахов	Свойственный рисовой крупе без посторонних привкусов, не кислый, не горький	Без посторонних привкусов

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Как показали результаты маркетинговых исследований, зерномучные продукты неизменно остаются в рационе российских потребителей.



**СПАСИБО ЗА
ВНИМАНИЕ!**