

Министерство науки и высшего образования российской федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»
(Смоленский филиал РЭУ им Г.В. Плеханова)

КУРСОВАЯ РАБОТА

ПМ.01 управление ассортиментом товаров

МДК.01.01 Основы управления ассортиментом товаров

Специальность 38.02.05 Товароведение и экспертиза качества потребительских
товаров

Тема: Исследование ассортимента и оценка качества растительного масла,
реализуемого АО «Тандер» магазин «Магнит»

06

шифр

Пояснительная записка

Листов: 33

Руководитель  / Я. В. Фокина /

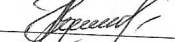
«20» ноября 2020г

Исполнитель  / Е. Д. Коновалова /

Министерство науки и высшего образования российской федерации
 Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
 «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»
 (Смоленский филиал РЭУ им Г.В. Плеханова)

«УТВЕРЖДАЮ»

Начальник отдела СПО

 /Л.В.Гринева/

«20» ноября 2020 года

ЗАДАНИЕ

На выполнение курсового проекта (курсовой работы)

Коновалова Елизавета Дмитриевна

(фамилия, имя, отчество студента)

Студентке группы ТВ-31 специальности 38.02.05 Товароведение и экспертиза качества потребительских товаров

по дисциплине МДК.01.01 Основы управления ассортиментом товаров

название дисциплины или МДК

1. Исходные данные к проекту (работе): Исследование ассортимента и оценка качества растительного масла, реализуемого АО «Тандер» магазин «Магнит»

2. Содержание задания по проекту (работе) – перечень вопросов, подлежащих разработке

	Разрабатываемый вопрос	Объем задания, %	от всего	Срок выполнения
1	ВВЕДЕНИЕ	7,5		20.10.2020
2	ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ УПРАВЛЕНИЯ АССОРТИМЕНТА	35		22.10.2020
3	1.1. Состояние и направления развития потребительского рынка растительного масла	10		30.10.2020
4	1.2.Классификация ассортимента растительного масла	15		03.11.2020
5	1.3. Процесс формирования ассортимента, его принципы и факторы	10		07.11.2020
6	ГЛАВА 2. АНАЛИЗ АССОРТИМЕНТА И ОЦЕНКА КАЧЕСТВА РАСТИТЕЛЬНОГО МАСЛА	45		09.11.2020
7	2.1. Характеристика торговой организации АО «Тандер» магазин «Магнит»	10		10.11.2020
8	2.2. Изучение покупательского спроса и формирование товарного ассортимента растительного масла в АО «Тандер» магазин «Магнит»	25		12.11.2020
9	2.3 Оценка качества растительного масла, реализуемого АО «Тандер» магазин «Магнит»	10		15.11.2020
10	ЗАКЛЮЧЕНИЕ	7,5		18.11.2020
11	СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ	2,5		18.11.2020
12	ПРИЛОЖЕНИЯ	2,5		18.11.2020

Руководитель курсового проекта (работы) Фокина Яна Викторовна преподаватель
 Смоленского филиала РЭУ имени Г.В. Плеханова

(фамилия, имя, отчество руководителя, должность)

«20» ноября 2020г.


 (подпись)

/Я. В. Фокина/


Дата выдачи курсового задания

«19» октября 2020г.

Срок сдачи законченного проекта (работы)

«20» ноября 2020г.

Задание принял к исполнению «19» октября 2020г.

 /Е.Д.Коновалова/
 (подпись)

ОТЗЫВ

на курсовую работу
Обучающегося Коновалова Елизавета Дмитриевна
Специальность 38.02.05 Товароведение и экспертиза качества
потребительских товаров
Группа ТВ-31

На тему: Исследование ассортимента и оценка качества растительного масла,
реализуемого АО «Тандер» магазин «Магнит»
Курсовая работа Елизаветы Дмитриевны выполнена в соответствии с
утвержденной темой.

Работа состоит из двух глав, введения, заключения, списка использованной литературы и приложения.

Курсовая работа выполнена на актуальную на сегодняшний день тему, поскольку растительное масло является товаром повседневного спроса, поэтому торговые организации должны сформировать рациональный ассортимент растительного масла, обеспечивающий максимальное качество, который будет учитывать стандартные и нестандартные вкусы потребителя.

В введении содержится обоснование актуальности работы, цели, задачи, методы исследования, информационные источники.

В первой главе достаточно полно рассмотрена товароведная характеристика растительного масла. Особенности формирования и управление ассортиментом. Сделаны выводы по изученному материалу.

Во второй главе описана характеристика АО «Тандер» магазин «Магнит». Автором работы достаточно полно раскрыта практическая часть работы. Ассортимент АО «Тандер» магазин «Магнит» проанализирован достаточно полно и рассчитаны основные показатели ассортимента растительного масла, сделан анализ покупательского спроса по результатам проведенного опроса. Наблюдается собственное участие в проведении экспертизы растительного масла реализуемого АО «Тандер» магазин «Магнит».

В заключении обобщены выводы, отражающие основные положения проведенных исследований. Список использованных источников полностью отражает информацию, имеющуюся в курсовой работе.

Изложение материала в курсовой работе произведено с соблюдением логической взаимосвязи между структурными элементами работы.

Работа имеет расчеты, иллюстрации, что делает ее более наглядной. Содержание работы соответствует выбранной теме. Цель, поставленная, автором достигнута, задачи решены. Работа оформлена не в полном соответствии с требованиями методических рекомендаций.

Работа заслуживает оценки «отлично».

Руководитель: Фокина Яна Викторовна преподаватель Смоленского
филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова.

«16» ноября 2020 года

Подпись руководителя  /Фокина Я.В./

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	3
ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ УПРАВЛЕНИЯ АССОРТИМЕНТА	5
1.1. Состояние и направления развития потребительского рынка растительного масла	5
1.2. Классификация ассортимента растительного масла	6
1.3. Процесс формирования ассортимента, его принципы и факторы.....	11
ГЛАВА 2. АНАЛИЗ АССОРТИМЕНТА И ОЦЕНКА КАЧЕСТВА РАСТИТЕЛЬНОГО МАСЛА	14
2.1. Характеристика торговой организации АО «Тандер» магазин «Магнит»	15
2.2. Изучение покупательского спроса и формирование товарного ассортимента растительного масла в АО «Тандер» магазин «Магнит»	15
2.3. Оценка качества растительного масла, реализуемого АО «Тандер» магазин «Магнит»	20
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	22
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ	24
ПРИЛОЖЕНИЯ	27

ВВЕДЕНИЕ

Растительное масло относится к группе пищевых жиров. Вырабатывается из плодов, семян, корней и прочих частей растений, полученный либо классическим путем отжима, либо методом экстрагирования. Растительное масло - продукт, входящий в основную потребительскую корзину жителя любой страны, любого города.

Масло употребляется как в пищевом и промышленном производстве. В основном растительное масло используют для готовки и заправки горячих блюд, среди них особенно популярны оливковое, подсолнечное, кукурузное, рапсовое, горчичное.

Масложировая промышленностью нашей страны выпускает широкий ассортимент жировых продуктов, из которых наибольшую часть занимают растительные масла. Покупательский спрос на растительное масло в большинстве случаев формируется под влиянием таких факторов как ситуации потребления (масло для жарки и масло для салатов), необходимостью потребления растительных жиров и отказ от жиров животного происхождения, снижение уровня холестерина и пропаганда здорового образа жизни.

Растительное масло занимает основную долю отечественного рынка масложировой продукции. В последнее время ассортиментное наполнение масличного сегмента заметно расширилось. Производители освоили выпуск масел из различных сортов плодов, орехов и злаков. На сегодняшний день видов растительного масла множество, но далеко не все они представлены в ассортименте торговых организаций.

Эффективность работы торговой организации во многом зависит от рационально разработанной структуры ассортимента. Ведь нужно подобрать такой ассортимент товара, чтобы он, удовлетворял разнообразные потребности покупателей, пользовался спросом у населения, а, следовательно, быстро раскупался.

Актуальность курсовой работы обусловлена тем, что растительное масло является товаром повседневного спроса, поэтому торговые организации должны сформировать рациональный ассортимент растительного масла, обеспечивающий максимальное качество, который будет учитывать стандартные и нестандартные вкусы потребителя.

Целью курсовой работы является исследование ассортимента и оценка качества растительного масла, реализуемого АО «Тандер» магазин «Магнит».

Для достижения поставленной цели сформулированы, следующие задачи:

- изучить состояние и направления развития потребительского рынка растительного масла;
- изучить современный ассортимент и классификацию растительного масла;
- описать процесс формирования ассортимента растительного масла, его принципы и факторы;
- дать характеристику торговой организации АО «Тандер» магазин «Магнит»;
- провести анализ покупательского спроса и оценку качества растительного масла, реализуемого АО «Тандер» магазин «Магнит»;

Объектом изучения курсовой работы является розничное предприятие АО «Тандер» магазин «Магнит».

Предметом изучения курсовой работы является ассортимент и качество растительного масла, реализуемого в торговой организации.

Методы исследования - измерительные, сравнительные, оценочные, органолептические, математические.

Информационными источниками являются: учебные материалы, данные периодической печати, статьи отечественных и зарубежных авторов, нормативно-законодательные акты и документы, определяющие законодательно-правовую среду РФ, информация Интернет-ресурсов.

Данная курсовая работа состоит из двух глав, введение, заключение, а также списка использованных источников.

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ УПРАВЛЕНИЯ АССОРТИМЕНТА

1.1. Состояние и направления развития потребительского рынка растительного масла

В последнее время растительные и подсолнечные масла широко применяются в производстве продуктов питания, в том числе майонеза и маргарина. Рафинированные масла потребляют по всей стране огромное количество россиян.

Рынок растительного масла стабилен и включает в себя такие сегменты, как подсолнечное, кукурузное, пальмовое, оливковое, рапсовое, соевое и другие виды растительных масел. Первое место по уровню потребления в России традиционно занимает подсолнечное масло, так как подсолнечник произрастает в нашей стране. Его доля на российском рынке составляет порядка 75% всего оборота рынка (рисунок 1), далее оливковые масла, составляющие порядка 15% от общего объема продаж. Все остальные виды растительных масел суммарно занимают 10%.

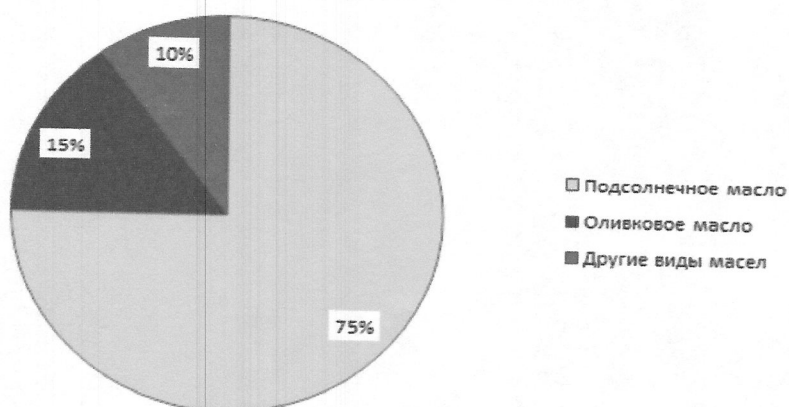


Рисунок 1 – Оборот растительных масел

По данным Росстата продажа и потребление растительных масел на территории РФ из года в год возрастает, вероятно, это можно связать с кризисным положением в стране, и повышением цен на продукцию данного типа.

В настоящее время у производителей РФ растет способность самостоятельно удовлетворять потребности населения в продукте. Тем не менее, обеспечить хороший потребительский спрос на подсолнечные, оливковые кукурузные и прочие виды масел способны, в первую очередь, те области страны, в которых расположены крупнейшие производители. Основное производство растительного масла сосредоточено в Южном Федеральном Округе (41,6 %), Центральном ФО (25,3 %), Приволжском ФО (20,8 %), то есть в регионах, где в основном производится сырье (рисунок 2).

К регионам, вынужденным импортировать ощутимые объемы масла, относятся, например: Московская область, г. Санкт - Петербург, республика Татарстан и прочие.

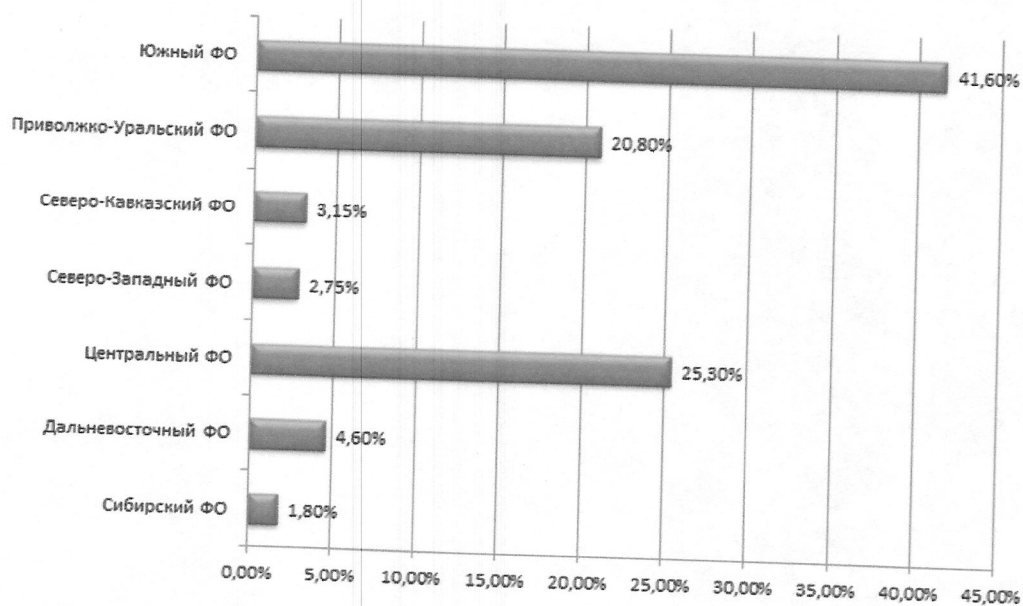


Рисунок 2 - Региональная структура производства растительных масел

В течение последних нескольких лет стабильно возрастает доля реализации и потребления оливкового масла. На динамику развития сегмента оливкового масла значительное влияние оказал экономический кризис, в результате которого снизился реальный доход населения.

Каждый вид растительного масла обладает своим уникальным химическим составом и набором полезных веществ, поэтому важно использовать принцип разнообразия в питании и употреблять в пищу различные растительные масла. Для расширения доли рынка и повышения

продаж в этом сегменте предприятиям необходимо более широко информировать население об особенностях состава и использования этих новинок.

1.2. Классификация ассортимента растительного масла

Масложировые комбинаты перерабатывают довольно много продуктов с целью получить масла растительного происхождения. И масел таких немало: арахисовое и льняное, подсолнечное и соевое, горчичное и косточковое, кукурузное и кунжутное, хлопковое и оливковое, кокосовое и касторовое и даже рапсовое и конопляное [10,с.109].

Классифицируют все растительные масла, исходя из его масличности и содержания жирных кислот в продукте, способности высыхать (химическому составу), методу очистки. Основная классификация растительного масла представлена в Приложение 1.

В зависимости от используемых добавок Технический регламент различает следующие виды масел:

- масло растительное (смесь) - смесь растительных масел в различных соотношениях;
- масло растительное ароматизированное - масло растительное с добавлением вкусоароматических добавок;
- масло растительное с растительными добавками - масло растительное с добавлением натуральных растительных экстрактов, масляных вытяжек.

В зависимости от полноты рафинации Технический регламент различает следующие виды растительных масел:

- нерафинированное - это масло, очищенное от мелкой и крупной взвеси, не прошедшее очистку по полному или частичному циклу стадий рафинации;
- рафинированное - масло растительное, прошедшее очистку по полному или частичному циклу стадий рафинации;

- вымороженное - масло растительное, очищенное от взвеси и подвергнутое процессу низкотемпературного удаления восковых веществ;
- гидратированное - масло растительное, очищенное от фосфоросодержащих веществ;
- рафинированное дезодорированное - масло растительное рафинированное, прошедшее процесс дезодорации.

Важнейшим признаком классификации растительных масел является их консистенция, в зависимости от которой масла подразделяются на жидкие и твердые. Консистенцию масел определяют находящиеся в них жирные кислоты, соотношение предельных и непредельных, низко- и высокомолекулярных жирных кислот [9, с.97].

Жидкие растительные масла - имеют самое широкое видовое разнообразие среди масложировой продукции, при этом основным в ассортименте розничных торговых предприятий является подсолнечное масло.

Подсолнечное масло получают из семян подсолнечника, содержит много олеиновой и линолевой кислот (до 40 и 62% соответственно), много витамина Е. Обработка, уровни значений показателей качества и назначение являются основными признаками классификации подсолнечного масла на марки.

В зависимости от обработки подсолнечное масло может быть рафинированным (дезодорированным и недезодорированным) и нерафинированным. Рафинированное дезодорированное масло выпускается следующих марок: премиум, высший сорт, первый сорт, нерафинированное, высший сорт, первый сорт, нерафинированное для промышленной переработки.

Кукурузное масло. Получают из кукурузных зародышей, являющихся отходами крахмалопаточного и мукомольно-крупяного производств. В составе преобладают линолевая (34 - 62% к сумме жирных кислот) и олеиновая (24-42%) кислоты, много витамина Е (но более чем в 2 раза меньше по сравнению с подсолнечным маслом).

Кукурузное масло, выработанное по ГОСТ 8808-2000, в зависимости от способа обработки, показателей качества и назначения подразделяют на следующие марки: Р - для промышленной переработки с применением рафинации и дезодорации; СК - для введения в рецептуры саломасов, кулинарных жиров, производства других пищевых продуктов; Д - для производства продуктов детского и диетического питания; П - для поставки в торговую сеть и на предприятия общественного питания, для производства пищевых продуктов.

Соевое масло. Вырабатывают способами прессования и экстракции семян сои. В составе преобладают линолевая (48-59% к сумме жирных кислот) и олеиновая (17-30%) кислоты, содержание витамина Е сопоставимо с его содержанием в кукурузном и арахисовом маслах.

Хлопковое масло. Масло хлопковое получают путем прессования или экстрагирования хлопковых семян. В жирнокислотном составе преобладает линолевая кислота (46-58%), много олеиновой кислоты (15-21%), особенностью данного масла является высокое содержание пальмитиновой кислоты - от 21 до 27%, поэтому при температуре 10-12°C оно начинает мутнеть, а при 0°C полностью застывает. Хлопковое масло содержит большое количество госсипола (пигмент, придающий красновато-коричневое окрашивание), токсичного для человека. Поэтому для любого использования на пищевые цели допускается только рафинированное масло.

Рапсовое масло. Вырабатывают из семян рапса семейства крестоцветных. В составе рапсового масла преобладает олеиновая кислота — до 60% жирных кислот [14,с.124].

Оливковое масло - получают из мякоти плодов оливкового дерева, растущего в умеренном и тропическом климате. Имеет оливковый цвет и характерные вкус и запах, которые придают летучие соединения, присутствующие в очень малых количествах. На цвет влияет присутствие большого количества хлорофилла. Состоит главным образом из триглицеридов, содержащих олеиновую кислоту.

Твердые растительные масла. Пищевое использование твердых растительных масел неодинаково. Если масло какао является основным наиболее важным компонентом шоколада и конфет, то остальные твердые масла используют в производстве маргаринов и спредов, в меньшей степени — в косметической и парфюмерной промышленности. В зависимости от содержания летучих жирных кислот масла подразделяются на две подгруппы: не содержащие летучих жирных кислот - масло какао и пальмовое, содержащие - кокосовое и пальмоядровое.

Пальмовое масло - получают из плодов масличной пальмы. В сыром виде окрашено в оранжево-красный цвет из-за присутствия большого количества каротиноидов, имеет приятные вкус и запах. Особенностью жирнокислотного состава является присутствие почти в равных количествах предельных и непредельных жирных кислот. Согласно ГОСТ Р 53776-2010 в пищевой промышленности используют рафинированное дезодорированное масло обезличенное по вкусу и запаху, с полутвердой неоднородной консистенцией, цвет которого от белого до светло-желтого. Массовая доля жира должна составлять не менее 99,9%, содержание пальмитиновой кислоты - от 39 до 46%, температура плавления - 33-39 °С, трансизомеров жирных кислот не более 3%.

Кокосовое масло - получают из плодов (орехов) кокосовой пальмы горячим прессованием или экстрагированием высушенной мясистой части плодов (копры). При температуре до 21°С твердое и ломкое, но быстро и полностью плавится при температуре от 25 до 28°С. В составе масла преобладают триглицериды. Более 90% жирных кислот кокосового масла являются насыщенными, в том числе в нем содержатся низкомолекулярные жирные кислоты со средней длиной цепи С6, С8 и С10, а содержание лауриновой кислоты может составлять до 52% жирных кислот.

Пальмоядровое масло - вырабатывают из ядер плодов масличной пальмы прессованием или экстракцией. Это масло имеет приятный ореховый привкус (нестойкий, быстро улетучивается) и специфическую кристаллическую консистенцию, похожую на консистенцию топленого сливочного масла. Для

переработки в пищевой промышленности используется только в рафинированном виде. Жирнокислотный состав этого масла очень похож на состав кокосового масла, содержание лауриновой кислоты почти одинаковое, содержится меньше кислот со средней длиной цепи, немного больше олеиновой кислоты, больше мононенасыщенных жирных кислот [8,с.132].

Кроме указанных вариантов в продажу могут поступать смеси. Например, кукурузно-подсолнечное масло.

Рассмотрев современный ассортимент растительных масел можно сказать, что он достаточно разнообразный в зависимости от исходного сырья, технологического процесса производства и консистенции. Свойства растительного масла зависят от способа получения и степени его обработки при производстве.

1.3. Процесс формирования ассортимента, его принципы и факторы

Важнейшей составляющей ассортиментной политики является формирование и управление ассортиментом. Этапы формирования ассортимента:

1. Решение о товарной специфике магазина. Принимается решение о том, каким именно видом розничного бизнеса будет заниматься. Все зависит от потребностей и потенциала рынка, от желания и возможностей владельца заниматься именно этим видом бизнеса;
2. Выбор конкурентной стратегии, концепции и позиционирования магазина. На этом этапе важно понять, на какого покупателя идет расчет (и нужен ли покупателю этот магазин и ассортимент в целом), каков будет основной формат магазинов. Этот этап крайне важный. Это определение стратегии развития компании или сети, что должно являться подробным и продуманным ответом на вопрос «что, как и для кого продавать»;
3. Организационное построение компании, оформление бизнес-процессов, подбор и обучение персонала. На этом этапе начинается проработка

более мелких понятий ассортимента – группы, категории, основные бренды и торговые марки. Формируются поставщики;

4. Структурирование ассортимента, оформление матрицы, выделение категорий. Это тактика. Эта работа длится всю жизнь компании – ввод и вывод товарных позиций, развитие тех или иных категорий и видов товаров, ввод и вывод торговых марок и брендов. Ассортимент все время меняется и это необходимо учитывать. Люди, которые принимают решения занимаются управлением ассортиментом. Можно проводить диагностику эффективности управления ассортиментом и анализировать результаты;

5. Разработка системы мерчандайзинга, ценообразования, продвижения товаров. На этом этапе можно начинать выстраивать системы тактического управления – систему ценообразования, стандарты выкладки, технологию проведения рекламных акций;

6. Анализ эффективности ассортиментной и ценовой политики. На этом этапе выявляется эффективность работы [6,с.87].

Основные направления в области формирования ассортиментной политики торгового предприятия:

1. Сокращение ассортимента;
2. Расширение ассортимента;
3. Стабилизация ассортимента.

Таким образом, формирование ассортимента товаров в магазинах должно быть в первую очередь подчинено интересам наиболее полного удовлетворения спроса населения.

Ассортимент товаров постоянно обновляется. Этот процесс проходит под влиянием научно-технического прогресса, моды, сезонных колебаний в спросе и других факторов. Поэтому на розничных торговых предприятиях постоянно должна проводиться работа по формированию спроса путем активного включения новых товаров в предлагаемый ассортимент. При этом покупателей необходимо информировать о появлении новых товаров. В период сезонной торговли магазинам следует расширять ассортимент сопутствующих товаров.

Таким образом, формирование ассортимента товаров в торговых организациях должно быть в первую очередь подчинено интересам наиболее полного удовлетворения спроса населения, т.е. должна быть обеспечена достаточная широта, полнота, устойчивость и новизна ассортимента товаров. Одновременно должна быть обеспечена прибыльная работа торговой организации.

ГЛАВА 2. АНАЛИЗ АССОРТИМЕНТА И ОЦЕНКА КАЧЕСТВА РАСТИТЕЛЬНОГО МАСЛА

2.1. Характеристика торговой организации АО «Тандер» магазин «Магнит»

АО «Тандер» магазин «Магнит» является одной из ведущих розничных сетей в России по торговле продуктами питания, лидером по количеству магазинов и географии их расположения. Объектом исследования является торговая организация АО «Тандер» магазин «Магнит» расположенная по адресу: город Смоленск, р-н Заднепровский, ул. Фрунзе, 42.

Режим работы - ежедневно с 08:30 до 22:00.

Организационно правовая форма – акционерное общество «Тандер». Уставной капитал – 946 тыс. рублей. Вид торговли – розничная. Формат - «У дома».

Основная деятельность магазина - розничная торговля продуктами питания. Здание магазина нестационарное, находится на 1 этаже жилого кирпичного дома. У магазина хорошее месторасположение, удобный режим работы, поэтому есть постоянные клиенты.

По специализации данное предприятие является смешанным, т.к. реализует широкий ассортимент продовольственных товаров и универсальную группу непродовольственных товаров. Ассортимент АО «Тандер» магазин «Магнит» представлен более 3000 наименований, также имеется собственное производство. Ассортимент магазина разнообразный по ценовым категориям, поэтому магазин предлагает низкие цены на товары повседневного спроса.

По форме торгового обслуживания магазин самообслуживания.

Основные услуги – продажа продовольственных и непродовольственных товаров. Дополнительные услуги – хранение вещей в камерах хранения магазина; раздача листовок, для уведомления жителей о скидках и акциях; мобильное приложение; программа лояльности.

В АО «Тандер» магазин «Магнит» есть все основные группы помещений: торговые помещения (торговые залы); помещения для приема, хранения и подготовки товаров к продаже; подсобные помещения; административно-бытовые; технические помещения.

В торговом зале используется различное оборудование для выкладки товаров, такое как: горки, стеллажи, холодильные лари, витрины, стенды.

Организационная структура управления – линейно-функциональная представлена в Приложение 2.

Она основана на принципе единоначалия, то есть одно лицо сосредотачивает в своих руках управление всей совокупностью операций, а подчиненный выполняют распоряжение только одного руководителя.

АО «Тандер» магазин «Магнит» можно охарактеризовать как стабильную и эффективную организацию, способную конкурировать на рынке в области продажи как продовольственных так и не продовольственных товаров, ориентированную на требования клиентов и высокое качество продукции. За все время работы торговое предприятие АО «Тандер» магазин «Магнит» зарекомендовало себя как надежный партнер, стабильная в финансовом отношении фирма.

2.2. Изучение покупательского спроса и формирование товарного ассортимента растительного масла в АО «Тандер» магазин «Магнит»

Ассортимент растительного масла в исследуемом магазине представлен известными торговыми марками, учитывающий стандартные и нестандартные вкусы потребителя.

Масло выставлено единым блоком (по вертикали), на всех полках снизу доверху. Можно отметить, как недостаток, что на полках имеются пустые места, так же выкладка растительного масла не эффективная, сделана произвольно без учета каких либо правил.

Ассортимент растительного масла, реализуемого в АО «Тандер» магазин «Магнит» представлен в Приложение 3.

В таблице 1 представлены расчеты основных показателей ассортимента растительного масла, реализуемого в АО «Тандер» магазин «Магнит».

Таблица 1 Основные показатели ассортимента растительного масла

Наименование показателя	Формула	Расчет
Широта ассортимента	$K_{ш} = Ш_{ф} / Ш_{н} * 100$ где $V_{ф}$ – фактическое количество видов растительного масла на момент проверки, ед $V_{н}$ – количество видов, указанных в прайс-листах, договором поставки. ГОСТе, ед	$K_{ш} = 28/55 * 100 = 50,9\%$
Полнота ассортимента (в зависимости от степени очистки)	$K_{п} = П_{ф} / П_{н}$, где $\Gamma_{ф}$ – это количество групп товаров на момент определения, ед $\Gamma_{н}$ – общее количество групп товаров, ед	$K_{п} = 2/2 * 100 = 100\%$
Устойчивость ассортимента	$K_{у} = У / Ш_{д}$, где $K_{у}$ – коэффициент устойчивости; У (показатель устойчивости) – число товаров, пользующихся устойчивым спросом у потребителей; Ш _д – действительная широта ассортимента.	$K_{у} = 14/28 * 100 = 50\%$
Новизна ассортимента	$K_{н} = Н / Ш_{д}$, где $K_{н}$ – коэффициент новизны; Н – количество новых товара, поступивших в продажу за определенный период времени; Ш _д – действительная полнота ассортимента.	$K_{н} = 3/28 * 100 = 10\%$

Исходя из полученных результатов, можно сделать вывод, что рассчитанные показатели ассортимента не высокие, что говорит о не достаточно рациональном ассортименте растительного масла АО «Тандер» магазин «Магнит». При том, что полнота ассортимента в зависимости от степени очистки растительного масла представлена в полном объеме и рафинированное и нерафинированное, но широта составляет 50,9% это не высокий показатель для данной торговой организации. Необходимо расширить ассортимент, добавив новые виды, торговые марки, разнообразить нерафинированное растительное масло, так как его в ассортименте очень мало.

Добавить в ассортимент растительное масло которое производится из нетрадиционных масличных культур, которыми у нас являются соя, рапс,

горчица, масло кедровых орехов, тыквенное масло, льняное, кунжутное. Каждый вид растительного масла обладает своим уникальным химическим составом и набором полезных веществ, поэтому важно использовать принцип разнообразия в питании и употреблять в пищу различные растительные масла. Для повышения продаж торговой организации необходимо более широко информировать население об особенностях состава и использования этих новинок.

Для изучения покупательского спроса на растительное масло в АО «Тандер» магазин «Магнит» проведен социологический опрос для выявления покупательского спроса на растительное масло. Анкета для опроса респондентов представлена в Приложение 4.

В анкетировании приняло участие 53 человека. Люди были мужского и женского пола в возрасте от 18 лет и старше.

Было выявлено, что 79% выбирают подсолнечное масло, 14% - оливковое, по 2% льняное и кунжутное, 3% людей не нашли в предложенном перечне подходящий вариант.

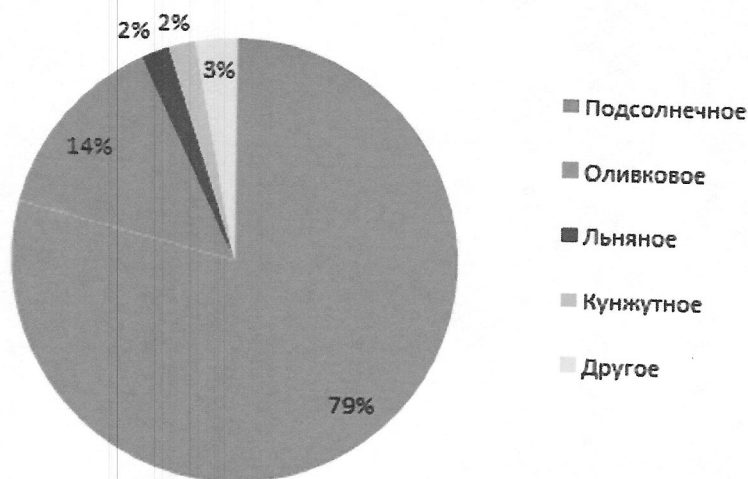


Рисунок 3 – Вид растительного масла, выбираемого потребителями

При выборе торговой марки подсолнечного масла самыми популярными оказались следующие: «Золотая семечка» - 47%, «Злато» - 24%, «Altero» - 13%. Наименее популярными оказались торговые марки: «Олейна», «Слобода», «Ricco», «Россиянка». Изучая ассортимент в АО «Тандер» магазин «Магнит»

можно сказать что все виды растительного масла имеются в реализации данного магазина.

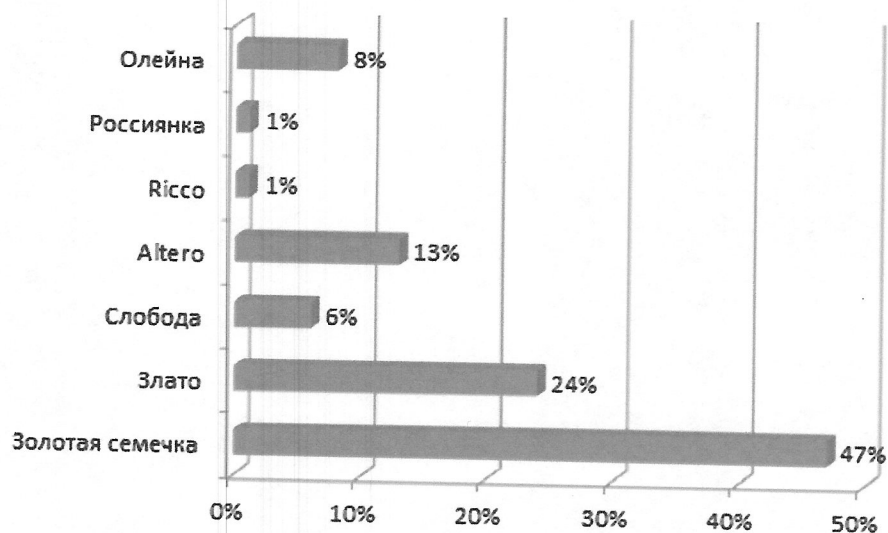


Рисунок 4 – Предпочтение торговой марки подсолнечного масла

При выборе торговой марки растительного масла 39% потребителей обращают внимание на качество, 29% важно соотношение и цены и качества, а 25% важна в большей степени цена, 6% покупают их-за наличия его в магазинах, в которых делают покупки и 1% людей не смогли выбрать вариант их предложенных.

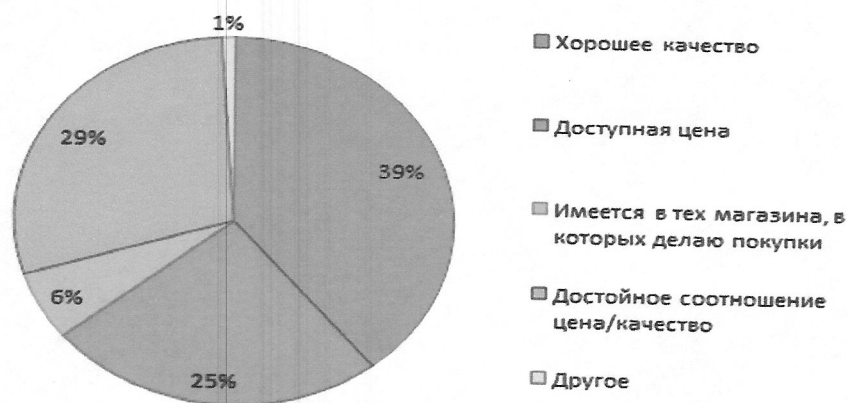


Рисунок 5 – Причина выбора определенной торговой марки

При реализации растительного масла и других товаров в АО «Тандер» магазин «Магнит» часто проводятся акции, благодаря чему цена снижается, что способствует большей реализации данного товара. Поэтому покупатели АО

«Тандер» магазин «Магнит» всегда могут выбрать товар в соотношении цены и качества.

Выявила, что 91% опрошенных удовлетворены ассортиментом растительного масла в АО «Тандер» магазин «Магнит», 6% не совсем удовлетворены, а 3% не удовлетворены.

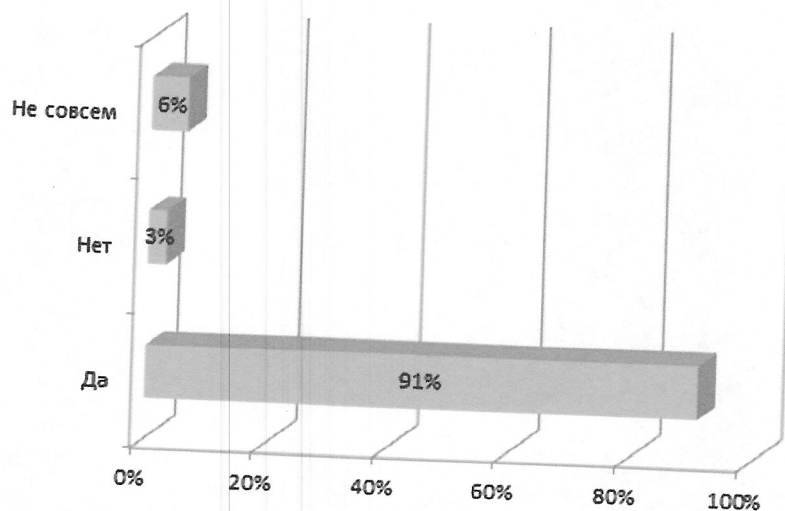


Рисунок 6 – Удовлетворение ассортиментом растительного масла реализуемого АО «Тандер» магазин «Магнит»

Изучив и проанализировав ответы потребителей, можно сказать, что большая часть людей предпочитают подсолнечное масло. Почти все опрошенные используют растительное масло каждый день. При выборе растительного масла для потребителя важны такие критерии как цена и качество.

Самыми популярными торговыми марками подсолнечного масла оказались: «Золотая семечка», «Олейна» «Злато», «Altero», это можно объяснить, тем что это популярные бренды, имеющие широкий ассортимент масел и относятся к среднему ценовому сегменту.

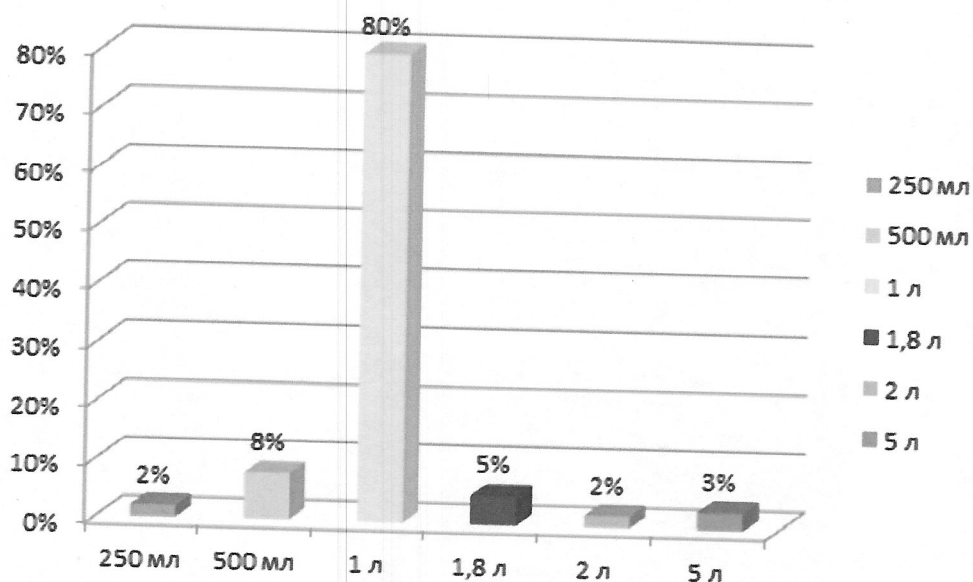


Рисунок 7 – Объем растительного масла, выбираемый потребителями

Исходя из результатов видно, что большинство (80%) выбирают объем 1 л. Самый большой объем (5 л) выбирают 3 %. Объем 250 мл и 2 л покупают 2% людей. 500 мл выберут 8%, а 1,8 л – 5%. В имеющемся ассортименте «Тандер» магазин «Магнит» растительное масло представлено в различной упаковке как в пластиковых так и в стеклянных упаковках и различным объемом, поэтому ассортимент способен удовлетворить потребности любого покупателя.

Сравнив ответы респондентов и имеющийся ассортимент АО «Тандер» магазин «Магнит» можно сделать вывод, что при не достаточно широком ассортименте торговая организация удовлетворяет большую часть покупателей.

Каждый покупатель находит на полках данного магазина любимую торговую марку с подходящим соотношением цена/качество. В ассортименте растительного масла представлены в основном известные для покупателя и популярные бренды, которые относятся к среднему ценовому сегменту с достаточно широким ассортиментом масел. Как недостаток сформированного ассортимента растительного масла можно отметить небольшую долю нерафинированного масла, и масла которое производится из нетрадиционных масличных культур, которыми у нас являются соя, рапс, горчица, масло кедровых орехов, тыквенное масло, льняное, кунжутное.

2.3. Оценка качества растительного масла, реализуемого АО «Тандер» магазин «Магнит»

Для проведения оценки качества взяты три образца растительного масла, реализуемого в торговой организации АО «Тандер» магазин «Магнит», которые пользуются большим спросом у покупателей.

Образец №1 – масло подсолнечное рафинированное дезодорированное вымороженное первый сорт «Злато»;

Образец №2 – масло подсолнечное рафинированное с добавлением оливкового «Altero»;

Образец №3 - масло подсолнечное рафинированное дезодорированное вымороженное высший сорт «Слобода».

Данные образцы упакованы герметично в чистую, яркую на вид, красивую, без повреждений в полимерной упаковке. Маркировка на данных упаковках нанесена чётко и легко читаема.

Результаты исследования маркировки образцов представлены в Приложении 5.

По результатам проведенного исследования маркировки можно сказать, все исследуемые образцы соответствуют требованиям ГОСТ Р 51074-2003 «Продукты пищевые. Информация для потребителя. Общие требования». Можно отметить, что в Образце №1 Масло подсолнечное «Злато» и Образце №3 масло подсолнечное «Слобода» на маркировке не указан состав, но это не является нарушением, так как указание состава пищевой масложировой продукции не требуется для пищевых продуктов, состоящих из одного ингредиента, в случае, если наименование пищевого продукта совпадает с наименованием ингредиента (ТРТС 024/2011).

На Образце №3 масло подсолнечное «Слобода» и Образце №2 масло подсолнечное «Altero» производитель указал, что в данном продукте содержится витамин Е и об отсутствии холестерина, но всем известно, что сырое подсолнечное масло всегда содержит этот витамин, а холестерин может

содержаться только в продуктах животного происхождения, поэтому данная надпись является маркетинговым инструментом.

На маркировке Образца №1 масло подсолнечное «Злато» энергетическая ценность не верное значение дано в килокалориях, что можно считать информационной фальсификацией.

На всех образцах указана дата изготовления (дата розлива) подсолнечных масел нанесена четко, хорошо читаема. Этикетки яркие, четкие, без видимых повреждений, надписи нанесены ровно.

В соответствии с ГОСТ 1129-2013 Масло подсолнечное. Технические условия проведена органолептическая оценка качества отобранных образцов. Образцы и результат представлен в Приложение 6.

Результаты оценки качества представлены в Таблице 2

Таблице 2 - Результат оценки качества исследуемых образцов растительного масла

Наименование показателя	Рафинированное дезодорированное			Образец №1 «Злато»	Образец №2 «Altero»	Образец №3 «Слобода»
	Премиум сорт	Высшей сорт	Первый сорт			
Прозрачность	Прозрачное без осадка			Прозрачное без осадка	Прозрачное без осадка	Прозрачное без осадка
Запах и вкус	Без запаха, обезличенный вкус			Без запаха, обезличенный вкус	Без запаха, обезличенный вкус	Без запаха, обезличенный вкус

После проведения органолептической оценки, можно сделать вывод, что все образцы растительного масла соответствуют требованиям ГОСТ 1129-2013 Масло подсолнечное. Технические условия. При проведении органолептической оценки нарушений не выявлено. Все образцы имеют золотисто-янтарный цвет, у Образца №2 масло подсолнечное рафинированное с добавлением оливкового «Altero» цвет немного светлее, чем у других образцов. Все исследуемые образцы имеют хорошие органолептические свойства, и соответствуют стандарту заявленному сорту. Исследуемые образцы соответствуют требованиям безопасности и заявленным в маркировке характеристикам.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Растительное масло занимает основную долю отечественного рынка масложировой продукции. В последнее время ассортиментное наполнение масличного сегмента заметно расширилось. Производители освоили выпуск масел из различных сортов плодов, орехов и злаков. На сегодняшний день видов растительного масла множество, но далеко не все они представлены в ассортименте торговых организаций.

Растительное масло является товаром повседневного спроса, поэтому торговые организации должны сформировать рациональный ассортимент растительного масла, обеспечивающий максимальное качество, который будет учитывать стандартные и нестандартные вкусы потребителя.

В первой главе курсовой работы рассмотрено состояние и направления развития потребительского рынка растительного масла; современный ассортимент и классификация растительного масла;

Современный рынок растительного масла динамично развивается и потребителю представлен разнообразный ассортимент растительного масла.

Во второй главе курсовой работы описана краткая характеристику торговой организации АО «Тандер» магазина «Магнит». Торговое предприятие АО «Тандер» магазин «Магнит» осуществляет торговую деятельность по всей России. В торговой организации соблюдаются правила продажи, правила розничной торговли.

Ассортимент растительного масла реализуемый АО «Тандер» магазин «Магнит» сформирован с учетом покупательского спроса, о чем свидетельствует результат проведение социологического опроса покупателей.

Но по результатам расчета основных показателей ассортимент он не достаточно широкий, поэтому необходимо расширить ассортимент, добавив новые виды и торговые марки растительных масел, для повышения

коэффициента широты и новизны. Чтобы был устойчивый спрос, нужно чаще проводить скидки и акции на различные виды растительных масел.

Исходя из проведенной органолептической оценки можно сказать, что качество растительного масла, реализуемого в АО «Тандер» магазин «Магнит» соответствует требованиям ГОСТ 1129-2013 Масло подсолнечное. Технические условия. Это значит, что потребители могут приобрести в данной организации качественную продукцию.

АО «Тандер» магазин «Магнит» можно охарактеризовать как стабильную и эффективную организацию, способную конкурировать на рынке в области продажи как продовольственных так и не продовольственных товаров, ориентированную на требования клиентов и высокое качество продукции. За все время работы торговое предприятие АО «Тандер» магазин «Магнит» зарекомендовало себя как надежный партнер, стабильная в финансовом отношении фирма.

В итоге, все задачи, поставленные в данной курсовой работе, были выполнены.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Федеральный закон РФ от 7 февраля 1992 г. N 2300-I «О защите прав потребителей» (в редакции Федерального закона от 9 января 1996 года N 2-ФЗ, действующая редакция с изменениями на 31 июля 2020 года)
2. ГОСТ Р 51074-2003 Продукты пищевые. Информация для потребителя. Общие требования (с Изменениями N 1, 2)
3. ТР ТС 024/2011 Технический регламент Таможенного союза "Технический регламент на масложировую продукцию" (с изменениями на 23 апреля 2015 года)
4. ГОСТ 1129-2013 Масло подсолнечное. Технические условия
5. ГОСТ Р 51773-2001 Розничная торговля. Классификация предприятий

Библиографический список

6. Грибанова, И.В. Товароведение: учебное пособие/ И.В. Грибанова, Л.И. Первойкина. - Минск: РИПО, 2019. - 359 с. //ЭБС«ZNANIUM.COM» [Электронный ресурс]. - Сетевой режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/1056287>
7. Елисеева, Л. Г. Товароведение однородных групп продовольственных товаров: учебник для бакалавров / Л. Г. Елисеева, Т. Г. Родина, А. В. Рыжакова [и др.]; под ред. докт. техн. наук, проф. Л. Г. Елисеевой. - 4-е изд., перераб. и доп. - Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. - 949 с. //ЭБС«ZNANIUM.COM» [Электронный ресурс]. - Сетевой режим доступа <https://znanium.com/catalog/product/1091800>
8. Замедлина, Е.А. Товароведение и экспертиза товаров: учебное пособие / Замедлина Е.А. - М.:ИЦ РИОР, НИЦ ИНФРА-М, 2019. - (СПО) - Текст:

- электронный. // ЭБС«ZNANIUM.COM» [сайт].–
URL<http://znanium.com/catalog/product/1021058>
9. Моисеенко, Н.С. Основы товароведения.: учебник / Моисеенко Н.С. — Москва: КноРус, 2019. - 413 с. -(СПО).-Текст: электронный. // ЭБС BOOK.ru[Электронный ресурс].- URL: <https://book.ru/book/>
10. Николаева, М. А. Идентификация и обнаружение фальсификации продовольственных товаров: учеб. пособие / М.А. Николаева, М.А. Положишникова. - Москва: ИНФРА-М, 2018. - 464 с. //ЭБС«ZNANIUM.COM» [Электронный ресурс]. – Сетевой режим доступа <https://znanium.com/catalog/product/952273>
11. Николаева, М. А. Организация и проведение экспертизы и оценки качества продовольственных товаров: учебник для среднего профессионального образования / М. А. Николаева, Л. В. Карташова - Москва: Норма, ИНФРА-М, 2018. - 320 с. //ЭБС«ZNANIUM.COM» [Электронный ресурс]. – Сетевой режим доступа <https://znanium.com/catalog/product/968400>
12. Николаева, М. А. Теоретические основы товароведения и экспертизы товаров: учебник: в 2 ч. / М. А. Николаева. - Москва: Норма: ИНФРА-М, 2020. - 368 с. //ЭБС«ZNANIUM.COM» [Электронный ресурс]. – Сетевой режим доступа <https://znanium.com/catalog/product/1045612>
13. Николаева, М. А. Хранение продовольственных товаров: учеб. пособие / М.А. Николаева, Г.Я. Резго. - М.: ИД «ФОРУМ»: ИНФРА-М, 2019. - 303 с. - //ЭБС«ZNANIUM.COM» [Электронный ресурс]. – Сетевой режим доступа <https://znanium.com/catalog/product/1013508>
14. Павлова, Т. С. Основы товароведения продовольственных товаров: учебное пособие / Т.С. Павлова. - Москва: ИНФРА-М, 2020. - 221 с. - (Среднее профессиональное образование). - //ЭБС«ZNANIUM.COM» [Электронный ресурс].–Сетевой режим доступа <https://znanium.com/catalog/product/1001646>

15. Памбухчиянц, О. В. Организация торговли: учебник / О. В. Памбухчиянц. - Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2018. - 296 с. - //ЭБС «ZnaniUM.COM» [Электронный ресурс]. - Сетевой режим доступа <https://znanium.com/catalog/product/1091838>
16. Теоретические основы товароведения и экспертизы: учебник для среднего профессионального образования / С. Л. Калачев. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва: Издательство Юрайт, 2019. - 479 с. - (Профессиональное образование). //ЭБС Юрайт [сайт] Сетевой режим доступа: <https://urait.ru/viewer/teoreticheskie-osnovy-tovarovedeniya-i-ekspertizy-396628>

Интернет ресурсы

17. База данных «Стандарты и регламенты» Росстандарта
<https://www.gost.ru/portal/gost/home/standarts>
18. <https://magnit.ru/> - АО Тандер магазин «Магнит»
19. <http://www.consultant.ru/> - КонсультантПлюс.

ПРИЛОЖЕНИЯ

Классификация растительного масла

Масличность	По кислотному составу масла с преобладанием	По химическому составу	По способу очистки	
высокая	пальметиновой	Невысыхающие, не образуют пленку (например, оливковое)	Рафинированное (прошедшее щелочную обработку)- прозрачное, светло-желтое.	дезодорированное
				недезодорированное
средняя	олеиновой	Полувсыхающие, образует мягкую пленку (например, кунжутное)	Нерафинированное (более насыщенного цвета, ароматное)	
низкая	лауриновой	Высыхающие, образуют плотную пленку, например льняное или конопляное	Гидратированное (очищенное горячей водой)	
	линолевой и линоленовой (ПНЖК)			

Организационная структура управления АО «Тандер» магазин «Магнит»



Ассортимент растительного масла в АО «Тандер» магазин «Магнит»










Уважаемый покупатель!
 АО «Тандер» магазин «Магнит», просит принять участие в опросе.
 Потратьте, пожалуйста, несколько минут своего времени на заполнение
 следующей анкеты.

Вопрос	Варианты ответов
1. Какое растительное масло вы в основном предпочитаете?	1. Подсолнечное 2. Оливковое 3. Льняное 4. Кунжутное 5. Другое
2. Как часто Вы используете растительное масло?	1. Каждый день 2. Несколько раз в неделю 3. Несколько раз в месяц 4. Очень редко
3. Подсолнечное масло, какой торговой марки Вы предпочитаете?	
4. Почему Вы выбираете растительное масло этой торговой марки?	1. Хорошее качество 2. Доступная цена 3. Имеется в тех магазинах, в которых делаю покупки 4. Достойное соотношение цена/качество 5. Другое
5. Удовлетворяет ли вашу потребность в растительном масле ассортимент магазина «Магнит»?	1. Да 2. Нет 3. Не совсем
6. Хотели бы вы видеть новые виды растительных масел в магазине «Магнит»?	1. Да 2. Нет
7. В каких ситуациях вы покупаете шоколад?	1. Покупаете совместно с другими покупками 2. Целенаправленно идете в магазин за покупкой шоколада 3. Покупаете когда гуляете 4. Всегда по-разному
8. Как вы относитесь к растительному маслу?	1. Использую в больших количествах 2. Стараюсь нормировать употребление 3. Использую в минимальных количествах
9. Как вы считаете, влияет ли растительное масло на организм человека?	1. Влияет 2. Не влияет 3. Не знаю
10. Какое растительное масло по литражу вы покупаете?	1. 250 мл 2. 500 мл 3. 1 л 4. 1,8 л 5. 2 л 6. 5 л
11. Ваш пол?	1. Женский 2. Мужской
12. Ваш возраст?	1. До 18 лет 2. От 18 до 30 лет 3. От 31 до 55 лет 4. Свыше 55 лет

Большое спасибо за уделенное время!

Маркировка исследуемых образцов растительного масла, реализуемого в АО
«Тандер» магазин «Магнит»

Требования ГОСТ Р 51074-2003 «Продукты пищевые. Информация для потребителя. Общие требования»	Образец №1 масло подсолнечное «Злато» 	Образец №2 масло подсолнечное «Altero» 	Образец №3 масло подсолнечное «Слобода» 
Наименование продукта	Масло подсолнечное рафинированное дезодорированное вымороженное первый сорт «Злато»	Масло подсолнечное рафинированное дезодорированное, вымороженное с добавлением оливкового «Altero»	Масло подсолнечное рафинированное дезодорированное вымороженное высший сорт «Слобода»
Наименование и местонахождение изготовителя	ООО «МЭЗ Юг Руси», 344039, РФ, Ростовская область, г. Ростов-на-Дону, пл. Толстого, 8	ОАО «ЭФКО», 309850, Россия, Белгородская обл., г. Алексеевка, ул. Фрунзе, д. 2	ОАО «ЭФКО», 309850, Россия, Белгородская обл., г. Алексеевка, ул. Фрунзе, д. 2
Масса нетто	920 г	745 г	920 г
Товарный знак		Altero	
Состав продукта	-	Масло подсолнечное рафинированное дезодорированное, вымороженное; масло оливковое рафинированное	-
Сорт	Первый	-	Высший
Пищевая ценность	Жиры: 99,9г Энергетическая ценность: 3696 кДж/899 ккал	Жир: 99,9 г, витамин Е: 66мг, витамин F-60 г Энергетическая ценность: 3764 кДж/899 ккал	Жир: 99,9 г, витамин Е-40 мг, омега-9 – 22г Энергетическая ценность: 3764 кДж/899 ккал
Дата изготовления	01.06.2020	26.07.2020	16.11.2020
Срок годности	12 месяцев	12 месяцев	12 месяцев
Условия хранения	Хранить в крытых затемненных помещениях. После вскрытия упаковки хранить в прохладном темном месте	Хранить в затемненном месте. После вскрытия хранить в холодильнике.	Хранить в затемненном месте. После вскрытия хранить в холодильнике.
Обозначение документа, в соответствии с которым изготовлен и может быть идентифицирован продукт	ГОСТ 1129-2013	ТУ 9141-015-00333693-01	ГОСТ 1129-2013
Информация о наличии ГМО	Без ГМО	-	-
Информация о подтверждении соответствия			

Исследуемые образцы подсолнечного масла

**Образец №1 – масло подсолнечное рафинированное дезодорированное
вымороженное первый сорт «Злато»**



*Образец №1
"Злато"*



*Образец №1
"Злато"*

**Образец №2 – масло подсолнечное рафинированное с добавлением
оливкового «Алtero»**



*Образец №2
"Алtero"*



*Образец №2
"Алtero"*

**Образец №3 - масло подсолнечное рафинированное дезодорированное
вымороженное высший сорт «Слобода»**



*Образец №3
"Слобода"*



*Образец №3
"Слобода"*