

Министерство образования и науки Российской Федерации

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Н.Г.  
ЧЕРНЫШЕВСКОГО»

Кафедра материаловедения, технологии  
и управления качеством

**ОЦЕНКА КАЧЕСТВА И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ  
ХЛЕБОБУЛОЧНЫХ ИЗДЕЛИЙ РАЗНЫХ ИЗГОТОВИТЕЛЕЙ,  
РЕАЛИЗУЕМЫХ В МАГАЗИНЕ «МАГНИТ»**

**АВТОРЕФЕРАТ БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЫ**

студентки 5 курса 537 группы

по направлению 27.03.02 «Управление качеством»

факультета нано- и биомедицинских технологий

Подъёмовой Юлии Алексеевны

Научный руководитель

профессор, д.т.н., доцент

\_\_\_\_\_  
должность, уч. степень, уч. звание

\_\_\_\_\_  
подпись, дата

В.В. Симаков

\_\_\_\_\_  
инициалы, фамилия

Зав. кафедрой

д.ф.-м.н., профессор

\_\_\_\_\_  
должность, уч. степень, уч. звание

\_\_\_\_\_  
подпись, дата

С.Б. Вениг

\_\_\_\_\_  
инициалы, фамилия

Саратов 2017

**Введение.** Актуальность темы выпускной квалификационной работы обусловлена тем, что в настоящий период времени в рыночной экономике особое внимание уделяется проблемам качества, что обусловлено в свою очередь наличием конкурентной среды. Постоянное повышение технического уровня и качества выпускаемой продукции является важнейшим источником роста эффективности производства. Для технических систем характерна жесткая функциональная интеграция всех элементов, поэтому в них нет второстепенных элементов, которые могут быть некачественно спроектированы и изготовлены. Системный подход позволяет объективно выбирать масштабы и направления управления качеством, виды продукции, формы и методы производства, обеспечивающие наибольший эффект усилий и средств, затраченных на повышение качества продукции.

Хлебные изделия являются одними из основных продуктов питания человека. Хлебобулочные изделия являются стратегическим важнейшим продуктом питания человека, обладая при этом рядом полезных свойств необходимых для жизни. Поэтому особое значение должно уделяться качеству пищевых продуктов и хлебобулочные изделия. В хлебе содержатся многие важнейшие пищевые вещества, необходимые человеку; среди них белки, углеводы, витамины, минеральные вещества, пищевые волокна. Хлебобулочные изделия - наиболее дешевые и доступные продукты питания - служат одним из основных источников необходимых организму пищевых веществ: растительных белков, углеводов, витаминов, макро- и микроэлементов, пищевых волокон.

Объектом исследования темы выпускной квалификационной работы является ассортимент хлебобулочных изделий, а предметом исследования – качество и конкурентоспособность хлебобулочных изделий.

Целью данной бакалаврской работы является оценка качества и конкурентоспособности хлебобулочных изделий разных изготовителей, реализуемых в одном из магазинов «Магнит».

Поставленная цель выпускной квалификационной работы определила решение ряда задач:

1. Исследовать общее состояние и перспективы развития рынка хлеба и хлебобулочных изделий.
2. Определить факторы, формирующие качество и конкурентоспособность хлебобулочных изделий.
3. Изучить показатели качества и безопасности хлебобулочных изделий.
4. Определить общие современные тенденции развития ассортимента хлебобулочных изделий.
5. Дать общую характеристику деятельности одного из магазинов «Магнит» АО «Тандер» и организации в нем торгово-технологического процесса продажи (на примере хлебобулочных изделий).
6. Проанализировать ассортимент хлебобулочных изделий, реализуемых в магазине «Магнит» АО «Тандер».
7. Исследовать качество хлебобулочных изделий, реализуемых в магазине «Магнит» АО «Тандер».
8. Провести оценку конкурентоспособности хлебобулочных изделий различных изготовителей.
9. Предложить пути оптимизации по данной проблеме.

Методологической базой исследования темы выпускной квалификационной работы служили нормативные правовые акты, Федеральное законодательство – «О качестве и безопасности пищевых продуктов», «О техническом регулировании», «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации», «О санитарно-эпидемиологическом благополучии населения», «О защите прав потребителей», а также ряд ГОСТов, регламентирующие качество хлебобулочных изделий, учебные пособия ряда авторов по товароведению пищевых продуктов, а также интернет-ресурсы – официальные сайты посвященные анализу данной проблемы.

Структура и объем выпускной квалификационной работы. Работа изложена на 92 страницах машинописного текста и включает 16 рисунков, 25 таблиц, состоит из введения, 3 глав, заключения и списка использованных источников, содержащий 32 наименования.

**Основное содержание работы.** В первой главе анализируется современное состояние рынка, перспективы развития рынка хлеба и хлебобулочных изделий. Хлебопекарная промышленность занимает 13,9% в общем объеме производства и производится более 800 наименований хлебобулочных изделий на основе технологий, разработанных отечественными учеными; Динамика рынка хлеба и хлебобулочных изделий (в обороте розничной торговли) по Саратовской области демонстрирует устойчивый рост, при этом цена на хлебобулочные изделия за последние 3 года выросла более чем на 34%;

Рассмотрены факторы, формирующие качество и конкурентоспособность хлебобулочных изделий. Отмечено, что на конкурентоспособность хлебобулочных изделий влияют такие факторы, как качество (свежесть, внешний вид, вкус), ассортимент (основной, специальный, новинки), упаковка (марка производителя, товарная марка, этикетка). Наибольшее значение для потребителя имеет свежесть хлеба и внешний вид. Хороший вкус и запах свежего хлеба возбуждают аппетит и способствуют пищеварению.

Ассортимент имеет немаловажное значение. К основному ассортименту относятся изделия из пшеничной и ржано-пшеничной муки (хлеб, батоны, мелкоштучные изделия), к специальному ассортименту – лечебные сорта хлебобулочных изделий, национальные изделия. Наиболее значимым в выборе является марка производителя, в выборе хлебобулочных изделий, а также упаковка, которая выполняет гигиенические функции.

Пищевая ценность также важна, она во многом зависит от сорта муки и рецептуры хлеба. Качество хлебобулочных изделий зависит от используемого сырья, а также технологического процесса приготовления.

Производство хлебобулочных изделий осуществляется в соответствии с нормативной документацией, включающей ГОСТы, ТУ, рецептуры изделий и технологические инструкции. В ГОСТах и ТУ сформированы основные требования, предъявляемые к качеству готовых изделий и сырью, методы анализа, правила и транспортирования и хранения. Подтверждение соответствия на территории Российской Федерации может носить добровольный или обязательный характер, что следует из видов документов, на соответствие которым проводится подтверждение соответствия, – технические регламенты, стандарты, своды правил, контракты (договоры). Оно может быть осуществлено как изготовителями (поставщиками), т.е. первой стороной (декларирование соответствия), так и независимыми от изготовителей и потребителей органами — третьей стороной (сертификация). Требования безопасности, а также формы оценки соответствия, установлены в техническом регламенте Таможенного союза «О безопасности пищевой продукции»

Показатели безопасности хлебных изделий должны соответствовать по уровню содержания токсичных элементов, микротоксинов, пестицидов, радионуклидов и микробиологическим нормативам требованиям ТР ТС 021/2011. По органолептическим и физико-химическим показателям хлебобулочные изделия должны соответствовать обязательным требованиям ГОСТов, например ГОСТ 27842-88 «Хлеб из пшеничной муки. Технические условия», ГОСТ 2077-84 «Хлеб ржаной, ржано-пшеничный и пшенично-ржаной. Общие технические условия», ГОСТ 31805-2012 «Изделия хлебобулочные из пшеничной муки. Общие технические условия» и другие. Следует отметить, что в Российской Федерации требования безопасности хлебобулочных изделий регламентируются Техническим регламентом Таможенного союза 021/2011 «О безопасности пищевой

продукции», требования к качеству на добровольной основе устанавливаются национальными стандартами. При подтверждении соответствия качества хлебобулочных изделий проводится идентификация

по маркировке, по органолептическим (внешний вид, цвет, состояние мякиша, вкус и запах) и физико-химическим (влажность, кислотность и пористость мякиша) показателям, а также контролируются показатели безопасности по уровню содержания токсичных элементов, микротоксинов, пестицидов, радионуклидов и микробиологическим нормативам.

Проанализированы современные тенденции развития ассортимента хлебобулочных изделий. В целом, важной задачей является создание продукции, отвечающей повышенным требованиям потребителя к качеству и ассортименту хлеба, при сохранении невысокой стоимости и внедрение прогрессивных ресурсосберегающих технологий с целью производства конкурентоспособной продукции. Целенаправленное использование различных групп пищевых добавок и хлебопекарных улучшителей позволит регулировать ход технологического процесса, формировать определенные свойства теста и улучшать качество хлебобулочных изделий при переработке муки с нестабильными хлебопекарными свойствами. А дальнейшее расширение ассортимента хлебобулочных изделий, обогащенные различными микронутриентами увеличит спрос и повысит прибыльность производства.

Во второй главе представлена характеристика и анализ деятельности и организация технологических процессов в магазине «Магнит» АО «Тандер». Объектом анализа является одним из магазинов торговой сети «Магнит» г. Саратова, расположенный по адресу: ул. Артиллерийская, 18. Согласно ГОСТ Р 51773-2009 «Услуги торговли. Классификация предприятий торговли» по типу данный магазин относится к универсаму (супермаркету) - реализует продовольственные товары универсального ассортимента и непродовольственные товары частого спроса методом самообслуживания. Торговое предприятие имеет утвержденный ассортиментный перечень

товаров, действующие санитарные и ветеринарные правила и другую необходимую нормативно - техническую документацию и соблюдает установленные в них требования.

Проведен анализ организации поставок товаров в магазин «Магнит» АО «Тандер». Доставляемые в зону приемки магазина товары принимаются по количеству и качеству. Приемка товаров по количеству – установление точного количества поступившего товара и его соответствия данным сопроводительных документов, предусматривающее выполнение следующих операций: отбор тарных мест для вскрытия, вскрытие тары, подсчет количества единиц, сверка с сопроводительными документами.

При приемки товаров по количеству проверяется соответствие фактического наличия товара данным, содержащимся в транспортных, сопроводительных и/или расчетных документах. К ним относятся такие документы как: упаковочные листы, накладные и счета. Практика осуществления закупок и заказов товаров в магазине «Магнит» основана на договорах поставки. Организация, порядок и сроки заключения договоров с поставщиками реализуется через проект договора, согласованный с поставщиком и подписанный сторонами. Отмечено, что в целом, организованная работа по коммерческой деятельности магазина «Магнит» эффективно сказывается на всей деятельности предприятия.

Проведен анализ особенностей торгово-технологического процесса продажи хлебобулочных изделий. Торгово-технологический процесс продажи хлебобулочных изделий начинается с заключением договора с поставщиком и заказом продукции в магазин. В магазине «Магнит» действует Автозаказ, который контролируют менеджеры местных закупок. Большую роль в этой цепочки играет товаровед магазина «Магнит» (ТММ), а именно его компетенция и оперативность. Так как хлебобулочные изделия пользуются повседневным спросом и имеют короткий срок реализации, магазин должен пополняться данным товаров ежедневно в утреннее время. ТММ обязан сообщать об отсутствии и задержке машины с товаром. Товар от поставщика должен сопровождаться товарной накладной, если поставщик выделяет НДС, поставщиком выставляется счет-фактура (дс/ф).

Так как хлебобулочные изделия пользуются повседневным спросом и имеют короткий срок реализации, магазин должен пополняться данным товаром ежедневно в утреннее время, за этим ответственный товаровед магазина. Он же проверяет предоставленные документы, принимает приход с помощью ТСД по количеству и качеству.

Третья глава посвящена анализу качества и конкурентоспособность хлебобулочных изделий, реализуемых в магазине «Магнит» АО «Тандер». Разработана методика изучения следующих показателей.

1. Анализ ассортимента хлебобулочных изделий, реализуемых в магазине «Магнит», проводился по наименованию, производителю, стоимости, дате изготовления, по массе нетто и нормативной документации, используемой для изготовления данной продукции.

2. Для проведения оценки качества и конкурентоспособности хлебобулочных изделий разных изготовителей, реализуемых в магазине «Магнит» в качестве объектов исследования были взяты 10 образцов хлебобулочных изделий разных изготовителей (три группы хлебобулочных изделий: хлеб пшеничный, хлеб ржано-пшеничный, батоны).

3. Конкурентоспособность хлебобулочных изделий оценивали методом группового опроса экспертов в следующей последовательности.

На основании результатов исследования были сделаны выводы о качестве и конкурентоспособности хлебобулочных изделий, реализуемых в магазине «Магнит», а также предложены рекомендации руководству магазина.

Проведенный анализ ассортимента хлебобулочных изделий, реализуемых в магазине «Магнит» показал, что в магазине «Магнит» представлено 3600 наименований продукции, из них 69 хлебобулочные изделия, занимающие 1,92% всего заявленного ассортимента магазина и 35% из всего ассортимента зерномучных товаров. В магазине широкий выбор батонов (29%) и мелкоштучных изделий (31%), разнообразие хлеба из пшеничной (16%) и ржано-пшеничной муки (17%), в меньшей степени



представлены диетические (4%) и национальные хлебные изделия (3%). В зависимости от производителя на 1 месте – «ЭХК» 38% изделий, на 2 месте «ЗХ» 36%, на 3 – «СПГМ» 16%, на четвертом «Чудесный край» 7% и завершает список производитель ООО «Лава» 3%. Проанализировали хлебобулочные изделия по способу выпечки (подовый 77%, формовой 23%), по рецептуре (простой 42%, улучшенный 26%, сдобный 32%) и по массе (до 400 г – 77%, более 400 г 23%). Это говорит о том, что производители имеют достаточно обширный ассортимент. Из всех производителей самым бюджетным является «ЭХК» с торговой маркой «Чудесный край», самым дорогим является СП ГМ.

Представлены результаты исследования качества хлебобулочных изделий, реализуемых в магазине «Магнит». На первом этапе отобранные образцы изделий подвергали визуальному осмотру на целостность упаковки и соответствия маркировки. Далее анализировалась маркировка хлебобулочных изделий различных изготовителей на соответствие ТР ТС 022/2011 и ГОСТ Р 51074-2003. Исходя из проведенного анализа десяти образцов хлебобулочных изделий разных изготовителей на соответствие требований заявленных в ТР ТС 022/2011 можно сделать, что все образцы полностью соответствуют требованиям ТР ТС 022/2011. Проведена оценка конкурентоспособности хлебобулочных изделий различных изготовителей. По проведенным исследованиям конкурентоспособности хлебобулочных изделий различных изготовителей, реализуемых в магазине «Магнит», можно сделать следующие выводы. По групповому показателю конкурентоспособности наивысшее количество единиц набрали три образца: Батон Нарезной «Энгельсский хлебокомбинат», Хлеб украинский новый «Знак Хлеба», Батон Горчичный «Энгельсский хлебокомбинат».

По уровню конкурентоспособности первое место в рейтинге занял Хлеб Украинский Новый «Чудесный край».

Таким образом, по проведенному анализу конкурентоспособности хлебобулочных изделий различных изготовителей, реализуемых в магазине

«Магнит» можно подвести итог, что Хлеб Украинский Новый «Чудесный край» наиболее всего сочетает все исследуемые качества (внешний вид, цвет, консистенция, репутация завода-изготовителя, цена, читаемость маркировки) и главный показатель конкурентоспособности как отношение качество/цена.

**Заключение.** На основании проведенной работы по изучению оценки качества и конкурентоспособности хлебобулочных изделий разных изготовителей, можно сделать следующие выводы.

1. В настоящий период времени в нашей стране хлебопекарная промышленность занимает примерно 14% в общем объеме производства и производится более 800 наименований хлебобулочных изделий. Цена на хлебобулочные изделия за последние три года выросла более чем на 34%.

2. Важными факторами, формирующими конкурентоспособность хлебобулочных изделий, является ассортимент, свежесть хлеба, внешний вид и вкус. Пищевая ценность во многом зависит от сорта муки и рецептуры хлеба: чем ниже сорт муки, тем больше в ней содержится полезных веществ (минералов, витаминов, клетчатки и т.д.). Качество хлебобулочных изделий зависит от используемого сырья, а также технологического процесса приготовления. 3. В России требования безопасности хлебобулочных изделий регламентируются Техническим регламентом Таможенного союза 021/2011 «О безопасности пищевой продукции», требования к качеству на добровольной основе устанавливаются национальными стандартами. При подтверждении соответствия качества хлебобулочных изделий проводится идентификация по маркировке, по органолептическим (внешний вид, цвет, состояние мякиша, вкус и запах) и физико-химическим (влажность, кислотность и пористость мякиша) показателям и контролируются показатели безопасности (по уровню содержания токсичных элементов, микротоксинов, пестицидов, радионуклидов и микробиологическим нормативам).

4. Важной задачей является создание продукции, отвечающей повышенным требованиям потребителя к качеству и ассортименту хлеба, при

сохранении невысокой стоимости и внедрение прогрессивных ресурсосберегающих технологий с целью производства конкурентоспособной продукции. Целенаправленное использование различных групп пищевых добавок и хлебопекарных улучшителей позволит регулировать ход технологического процесса, формировать определенные свойства теста и улучшать качество хлебобулочных изделий при переработке муки с нестабильными хлебопекарными свойствами.

5. Организационная работа по коммерческой деятельности магазина «Магнит» эффективно сказывается на всей деятельности предприятия, для этого работает целая команда специалистов. Администрация магазина ежедневно контролирует, чтобы все заявки, которые формирует Автозаказ, были сформированы, поставки продукции осуществлялись в строгом графике. Покупатели играют активную роль в продаже товаров. Магазин «Магнит» использует метод продажи – самообслуживание, что дает покупателю возможность самостоятельно выбрать и внимательно изучить покупаемый товар до оплаты на кассе.

6. Хлебобулочные изделия занимают около 2% заявленного ассортимента магазина «Магнит» и 35% из всего ассортимента зерномучных товаров. В магазине широкий выбор батонов (29%) и мелкоштучных изделий (31%), разнообразного хлеба из пшеничной (16%) и ржано-пшеничной муки (17%), в меньшей степени представлены диетические (4%) и национальные хлебные изделия (3%).

7. По анализу маркировки все образцы соответствуют требованиям заявленных в ТР ТС 022/2011 и ГОСТ Р 51074-2003. При сравнении органолептических показателей качества были выявлены несоответствия состояния мякиша у Батона Нарезного «Чудесный край», (деформация изделия при надавливании) и образца Хлеб Пшеничный «ЗХ» (также несоответствие мякиша и не равномерная пористость) с показателями, установленным в ГОСТе. Образцы Хлеб Пшеничный «ЭХК» и Хлеб Пшеничный «ЗХ» не соответствуют заявленной массе на упаковке. При

анализе физико-химических показателей Хлеб Пшеничный «ЗХ» не соответствует требованиям по показателям: пористость низкая у данного образца, а кислотность завышена. По этим данным можно сделать вывод, что данный хлеб нельзя реализовывать и употреблять в пищу. Такие изделия не должны было поступать в реализацию.

На основании выводов можно сделать следующие предложения компании ЗАО «Тандер», а именно проанализированному магазину «Магнит»:

1. Расширить ассортимент хлебобулочных изделий собственного производства, обогащенного различными микронутриентами и иными веществами, полезными для определенных категорий потребителей. В частности, в качестве таких ингредиентов могут использоваться пищевые волокна (отруби пшеничные, соевые и другие), витамины, минеральные вещества и витаминно-минеральные премиксы (бета-каротин в растительном масле, биологически активные добавки, смеси витаминов и солей железа, пшеничные зародышевые хлопья, сухие смеси – премиксы с включением муки различных зерновых культур).

2. Снизить цену продажи на хлебобулочные изделия собственного производства, так как у компании есть собственная торговая марка «Чудесный край» - различных производителей, изготовленных специально для ЗАО «Тандер» и есть возможность закупать ингредиенты для изготовления по более сниженным ценам [1].

#### **Список использованных источников**

1 Официальный сайт АО «Тандер» [Электронный ресурс] // АО «Тандер» [Электронный ресурс] : [сайт]. URL: <http://magnit-info.ru> (дата обращения: 03.06.2017). Загл с экрана. Яз. рус.