Московский Государственный университет

технологий и управления

Филиал г. Унеча

**Контрольная работа**

по дисциплине: "Товароведение пищевого сырья"

Выполнила: студентка 3 курса

специальность 080502, ПФО

шифр №570-Э-07

Руцкая В. С.

Унеча, 2009

Содержание

Введение

Потребительская стоимость пищевых продуктов

Базисные и ограничительные кондиции. Классификация качества зерна мягкой пшеницы

Экспертный метод оценки пищевкусовых продуктов

Заключение

Список литературы

## Введение

Переход нашей страны на рыночные отношения требует от специалистов глубокой теоретической и практической подготовки для улучшения всей системы снабжения населения высококачественными и высокоценными продуктами с учетом разумного потребления.

Товароведение - учебная и научная дисциплина, изучающая потребительские свойства товаров; классификацию и кодирование; факторы, обусловливающие качество товаров, контроль и оценку его; закономерности формирования и структуру ассортимента товаров; условия сохранения качества при транспортировании, в потреблении и эксплуатации. Товароведение занимается определением полезных свойств продуктов, изучением эффективных способов их использования, установлением правильных режимов хранения, вопросами снижения потерь при транспортировании, хранении и реализации. Обеспечение высокого качества продукции - важнейшая задача товароведения.

По определению политической экономии, товар есть прежде всего внешний предмет, вещь, которая благодаря своим свойствам удовлетворяет какие - либо потребности человека. Товароведение изучает основные характеристики товаров, от которых зависит потребительская стоимость, и факторы, обосновывающие эти характеристики.

Товароведение, позволяющее правильно определить потребительные свойства продуктов, следует рассматривать как особое средство рационального использования сельскохозяйственной продукции, так как позволяет формировать крупные однородные партии продуктов, что повышает эффективность их переработки и способствует устранению потерь при их хранении. Вместе с этим правильная и всесторонняя товароведная оценка отходов и вторичных продуктов позволяет намечать пути их вовлечения в оборот пищевых продуктов.

## Потребительская стоимость пищевых продуктов

Все товароведные характеристики товара непосредственно, но по-разному связаны со стоимостью. Наиболее выражена прямая пропорциональная зависимость между количественными и стоимостными характеристиками. Это обусловлено тем, что цена, как мера стоимости устанавливается чаще всего за единицу измерения товара.

Между качеством и стоимостью товара не всегда существует прямая зависимость, что объясняется многофакторностью формирования цены. При этом в условиях конкурентной среды качество выступает лишь одним из критериев ценообразования. В зависимости от стратегии ценообразования фирмы основное влияние на формирование цены могут оказывать себестоимость продукции, издержки, имидж фирмы-изготовителя или продавца, сервисное обслуживание, состояние спроса и предложения, каналы распределения, рекламная поддержка, а также качество самого товара и его упаковки.

Среди значительной части потребителей бытует представление о прямой зависимости между ценой и качеством. Об ошибочности такого мнения свидетельствует значительный разброс цен на одни и те же товары в различных регионах и торговых организациях.

Самая слабая зависимость прослеживается между ассортиментной и стоимостной характеристиками. Товары одних и тех же наименований могут быть дешевыми и дорогими (например, одежда, обувь). Вместе с тем существует ряд традиционно дорогих товаров определенных ассортиментных групп (ювелирные изделия из драгоценных металлов, натуральные меха отдельных видов, автомашины, мясные и рыбные деликатесы и т.п.) Высокие цены на эти товары в определенной мере словлены повышенными по сравнению с другими более дешевыми товарами качественными характеристиками (например, эстетическими и эргономическими свойствами).

Однако дешевые товары не всегда имеют пониженное качество. Не следует забывать, что на ряд товаров повседневного спроса устанавливаются определенные ограничения в области цен или торговых надбавок. Более того, в некоторых развитых странах на отдельные товары повседневного спроса устанавливаются дотации (картофель, детское питание и т.п.). Подобные дотации существовали в доперестроечный период и в нашей стране.

Благодаря мерам государственного регулирования поддерживаются низкие цены на такие товары. Отсутствие регулирования приводит к "вымыванию" из ассортимента дешевых товаров. Эта тенденция не характерна для современного состояния российского рынка потребительских товаров.

***Товар*** представляет собой диалектическое единство меновой и потребительной стоимости.

***Потребительную стоимость товара***, несмотря на многогранность этого понятия, в первую очередь следует рассматривать как полезность товара, т.е. способность товара удовлетворять определенные человеческие потребности. Потребительная стоимость - это экономическая категория, проявляющаяся при использовании блага, оценка желанности блага, которая в денежном выражении превышает цену этого блага. Таким образом, у потребительной стоимости есть реальная основа для измерения. Этой основой служат соотношения потребительной стоимости и денежного выражения стоимости - цены. Например, цена свежего хлеба, купленного вечером у метро, заметно выше, чем в булочной, где его испекли и где он был куплен изначально. Покупатель, спешащий домой с работы, имеет возможность выбора: покупать батон в булочной, расположенной не по пути домой, сэкономив деньги, или у метро, сэкономив время. Принятие решения о покупке хлеба с переплатой в этой ситуации зависит от субъективных факторов: как каждый из потенциальных покупателей соизмеряет относительную ценность для него сэкономленных сил и времени, с одной стороны, и денежной суммы, которую ему придется заплатить сверх цены булочной, за достижение такой экономии - с другой.

Таким образом, под потребительной стоимостью товара понимают максимальную пользу, которую товар приносит потребителю. Причем эта польза может носить материальный и нематериальный характер.

Потребительная стоимость присуща всем продуктам труда, но проявляется лишь при потреблении или эксплуатации товара, так как лишь при эксплуатации или потреблении товара можно оценить его полезность.

Термин ***эксплуатация*** относится к товарам, которые в процессе использования расходуют свой ресурс (одежда, обувь, бытовая техника и т.п.). Например, обувь в процессе эксплуатации изнашивается. Термин потребление относится к товарам, которые в процессе использования расходуются сами (продукты питания, стиральные порошки, лакокрасочные товары и т.п.).

Каждый товар обладает множеством свойств. Однако его потребительную стоимость формируют свойства, которые обуславливают полезность. Эти свойства принято называть потребительскими.

Потребительная стоимость товара проявляется в момент использования. Если товар не используется, то он будет обладать не реальной, а потенциальной потребительной стоимостью. Потенциальная потребительная стоимость отражает многообразие возможностей производителя, а реальная - многообразие запросов потребителей.

Например, мебель, выпущенная на фабрике и хранящаяся на складе из-за отсутствия на нее спроса, обладает потенциальной потребительной стоимостью. Мебель обладает и меновой стоимостью, так как для ее производства был затрачен общественно необходимый труд. Таким образом, потребительная стоимость в зависимости от характера проявления может быть потенциальной и реальной.

В зависимости от характера потребления продуктов труда потребительную стоимость подразделяют на ***индивидуальную и общественную.***

Индивидуальной потребительной стоимостью обладают продукты труда, произведенные не для обмена и продажи, а для личного потребления. Эти продукты труда не попадают в сферу обращения, не приобретают форму товара, а потому не являются объектом товароведения. Потребительные стоимости этих продуктов труда оцениваются с позиций не общественных, а индивидуальных потребностей их создателей, что и определяет их название.

Индивидуальная потребительная стоимость определяется естественными свойствами продуктов труда (физическими, химическими, биологическими). Например, индивидуальной потребительной стоимостью характеризуется продукция, выращенная для личного потребления на приусадебном участке.

Общественная потребительная стоимость свойственна продуктам труда, которые созданы не для личного потребления производителя, а для других членов общества.

Общественная потребительная стоимость оценивается с позиций общественных потребностей. Потребление товаров по своей сущности имеет общественный характер. Производимые товары служат для удовлетворения потребностей общества. Однако, хотя потребление и носит общественный характер, оно проявляется в личной форме или в форме семейного потребления (бытовая техника, продукты питания и т.п.), т.е. потребительная стоимость товаров в целом удовлетворяет потребности общества, но каждый раз это удовлетворение индивидуально для каждого члена общества.

Общественная потребительная стоимость товаров характеризуется двумя неразрывно связанными сторонами: материально-вещественной и социально-экономической. В связи с этим изучением потребительной стоимости занимаются многие научные дисциплины. Предметом изучения товароведения является материально-вещественная сторона потребительной стоимости, а социально-экономическая сторона потребительной стоимости является объектом изучения ряда экономических дисциплин.

Потребительская стоимость товара обусловлена присущими ему потребительскими свойствами, проявляющимися при использовании товара потребителем для удовлетворения материальных, культурных или биологических потребностей.

Следует, однако, отметить, что не все свойства товаров относятся к категории потребительских.

Выбор номенклатуры потребительских свойств и показателей качества зависит от назначения товара и является необходимым условием установления уровня качества товара.

В зависимости от той роли, которую играют потребительские свойства в жизненном цикле товара, их можно подразделить на функциональные, эргономические, эстетические, а также свойства безопасности и надежности.

Таким образом, по уровню удовлетворяемых потребностей различают: ***единичную общественную потребительную стоимость*** (единичная потребительная стоимость, потребительная стоимость) и ***совокупную общественную потребительную стоимость.***

Единичная потребительная стоимость связана с удовлетворением личных потребностей отдельного человека или его семьи при потреблении единицы изделия. Она свойственна единице товара или набору товаров, предназначенному для удовлетворения какой-либо потребности человека.

Совокупная общественная потребительная стоимость товаров создается для удовлетворения потребностей общества или отдельных его групп. Она присуща большому количеству товаров определенного вида и проявляется через суммарные единичные потребительные стоимости, т.е. степень удовлетворения потребностей зависит не только от качества товара, но и от его количества. Например, в условиях перепроизводства или снижения платежеспособного спроса населения часть товаров может потерять свою реальную потребительную стоимость и превратиться в бесполезный1 для общества продукт труда. Общественная потребительная стоимость товаров определяется их качеством и количеством. Следовательно, у общественной потребительной стоимости товаров есть качественные и количественные характеристики.

Товароведение непосредственно связано с решением ключевых задач организации экономики, отвечая на вопросы: какие товары и с какой потребительной стоимостью представлены на рынке - как их следует использовать и хранить? При этом, товароведение определяет качественные и количественные характеристики товаров.

Общественная потребительная стоимость товаров характеризуется двумя неразрывно связанными сторонами: материально-вещественной и социально-экономической. Материально-вещественная сторона потребительной стоимости определяется степенью развития науки, техники и технологии. Социально-экономический характер потребительной стоимости определяется уровнем и характером потребностей, которые общество предъявляет к товару. С изменением общественных потребностей потребительная стоимость товара может снижаться при неизменных естественных свойствах, т.е. товары морально стареют. Таким образом, потребительная стоимость является экономической категорией, поэтому изучением общественной потребительной стоимости занимаются многие научные дисциплины.

***Предметом изучения товароведения*** является материально-вещественная сторона потребительной стоимости, а социально-экономическая сторона является объектом изучения ряда экономических дисциплин, а также товароведения.

Предметом товароведения являются единичная потребительная стоимость, удовлетворяющая потребности отдельного человека и (или) семьи и характеризуемая в товароведении категорией "качества", и совокупно-общественная потребительная стоимость, призванная удовлетворять потребности социальных групп и характеризуемая обычно в товароведении категорией "ассортимента".

## Базисные и ограничительные кондиции. Классификация качества зерна мягкой пшеницы

Стандарт на заготавливаемое зерно ржи предусматривает деление на две группы. Первая группа - зерно, соответствующее базисным кондициям, вторая группа - зерно, соответствующее ограничительным кондициям. ***Базисные*** - это нормы качества, которым отвечает созревшее зерно: влажность - 13-14%, зерновая примесь - 1-3%.закупочные цены устанавливают на зерно с базисными кондициями. ***Ограничительные кондиции*** указывают на предельно допустимые (по сравнению с базисными) нормы, при которых зерно может быть принято, но с соответствующей корректировкой цены.

Например, в соответствии с базисными кондициями в зависимости от района произрастания влажность зерна ржи должна быть не более 14,5 %, натура 715 г/л, сорной и зерновой примесей не должно быть более 1 %. Зараженность вредителями не допускается. По ограничительным кондициям допускается более высокая влажность зерна ржи 19 %, содержание сорной примеси до 5 %, зерновой до 15 % и зараженность клещом.

По стандарту рожь для переработки на солод на типы не делится. На солод поставляют рожь всех типов и смесь типов. Зерно должно быть здоровым, не гревшимся, обладать энергией прорастания не менее 92 % на пятый день. Натура должна быть не менее 685 г/л, влажность не выше 15,5%. Содержание сорной и зерновой примесей не более 5 %, в том числе сорной не более 2 %. Зерно не должно иметь затхлого, солодового и плесневелого запахов.

Пшеница занимает первое место в зерновом хозяйстве. Возделывают пшеницу яровую и озимую. Из всех культурных видов пшениц (в странах СНГ их 19) 90% приходится на мягкую. Пшеница мягкая, или обыкновенная, образует рыхлый колос, остистый или безостый. Зерно мягкой пшеницы овально - круглое, красное или бело - кремовое. Наиболее распространенные сорта - Безостая 1, Надзея, Прометей.

***Мягкую пшеницу по качеству*** получаемой муки, содержанию белка, клейковины и хлебопекарным свойствам ***классифицируют на три группы:*** сильную, слабую и среднюю. Сильная пшеница дает муку, которая образует тесто с хорошей упругостью, способное выдерживать длительное брожение. Хлеб из такой муки получается упругим, пористым. Натура сильной пшеницы составляет 730-755 г/л, стекловидность более 60%, клейковины 28%. К тому же качество клейковины не ниже 1-ой группы.

## Экспертный метод оценки пищевкусовых продуктов

***Экспертный метод*** определения показателей качества основан на учете мнений специалистов-экспертов. Эксперт - это специалист, компетентный в решении конкретной задачи. Этот метод применяют в тех случаях, когда показатели качества не могут быть определены другими методами из-за недостаточного количества информации, необходимости разработки специальных технических средств и т.п. Экспертный метод является совокупностью нескольких различных методов, которые представляют собой его модификации. Известные разновидности экспертного метода применяются там, где основой решения является коллективное решение компетентных людей (экспертов). Квалификация эксперта определяется не только знанием предмета обсуждения. Учитываются специфические возможности эксперта. Например, в пищевой промышленности при оценке качества продуктов питания учитывают возможности эксперта воспринимать вкус, запах, а также его состояние здоровья. Эксперты, оценивающие эстетические и эргономические показатели качества, должны быть хорошо осведомлены в области художественного конструирования. При использовании экспертного метода для оценки качества формируют рабочую и экспертную группы. Рабочая группа организует процедуру опроса экспертов, собирает анкеты, обрабатывает и анализирует экспертные оценки. Экспертная группа формируется из высококвалифицированных специалистов в области создания и использования оцениваемой продукции: товароведы, маркетологи, дизайнеры, конструкторы, технологи и др. Желательно, чтобы экспертная группа формировалась не для одной экспертизы, а как постоянно функционирующий орган с достаточно стабильным составом экспертов.
 Пример. В результате проведения экспертизы черного байхового чая, расфасованного в пакеты по 50г. без этикеток, установлено: аромат и вкус - нежный аромат, приятный с терпкостью вкус; настой - яркий, прозрачный “средний”; цвет разваренного листа - коричнево-красный; внешний вид чая - листовой, ровный, однородный, хорошо скрученный; массовая доля водорастворимых экстрактивных веществ - 36%, металопримеси отсутствуют. Составить экспертное заключение о качестве чая.

## Заключение

На основе изложенного материала в данной контрольной работе можно сделать следующие выводы, что:

* потребительную стоимость товара, несмотря на многогранность этого понятия, в первую очередь следует рассматривать как полезность товара, т.е. способность товара удовлетворять определенные человеческие потребности;
* базисные кондиции - это нормы качества, которым отвечает созревшее зерно: влажность - 13-14%, зерновая примесь - 1-3%.закупочные цены устанавливают на зерно с базисными кондициями. Ограничительные кондиции указывают на предельно допустимые (по сравнению с базисными) нормы, при которых зерно может быть принято, но с соответствующей корректировкой цены;
* мягкую пшеницу по качеству получаемой муки, содержанию белка, клейковины и хлебопекарным свойствам классифицируют на три группы: сильную, слабую и среднюю;
* экспертные методы - методы оценки, производимые группой экспертов в условиях неопределенности или риска. Предназначены для экспертной оценки товаров в случаях, когда другие, методы неприменимы или неэкономичны.

## Список литературы

1. Дубцов Г.Г. Товароведение пищевых продуктов / Г.Г. Дубцов. - М., 2002.

2. Кругляков Г.Н., Круглякова Г.В. Товароведение продовольственных товаров. - М., 1999.

3. Матюхина З.П. Товароведение пищевых продуктов / З.П. Матюхина, Э.П. Королькова. - М., 2003.

4. Николаева М.А. Товароведение потребительских товаров, теоретические основы. - М., 2006.

5. Петрище Ф.А. Теоретические основы товароведения и экспертизы товаров. - М., 2004**.**

6. Райкова Е.Ю., Додонкин Ю.В. Теоретические основы товароведения. - М., 2002.