



Карх Д.А., Чугунова О.В., Заворохина Н.В.

**АКТУАЛЬНЫЕ ПОДХОДЫ
К ФОРМИРОВАНИЮ СОЦИАЛЬНО
ОРИЕНТИРОВАННОГО
ПРОДОВОЛЬСТВЕННОГО РЫНКА**

Монография

Новосибирск
2016

УДК 339.3+663/664
ББК 36.8+65.42
К27

Рецензенты:

Попов В.Г. – д-р техн. наук, доцент, заведующий кафедрой «Товароведение и технология продуктов питания» ФГБОУ ВО «Тюменский индустриальный университет»;

Андреева Е.Л. – д-р экон. наук, профессор РАН, руководитель центра Института экономики УрО РАН

Авторы:

Глава 1: Д.А. Карх

Глава 2: Н.В. Заворохина,

Глава 3: О.В. Чугунова

Карх Д.А., Чугунова О.В., Заворохина Н.В.

К27 «Актуальные подходы к формированию социально ориентированного продовольственного рынка»: – Монография. – Новосибирск: Изд. АНС «СибАК», 2016. – 186 с.

ISBN 978-5-4379-0495-4

Монография посвящена новым концептуальным подходам к формированию продовольственного рынка, отвечающего как потребностям населения, так и задачам государства. Монография состоит из трех глав, каждая из которых обладает логической самостоятельностью, при этом дает понимание вариативного подхода к решению поставленной задачи. В первой главе автором Кархом Д.А. предложено рассматривать задачу по формированию социально ориентированного рынка как многогранный процесс по формированию услуг в рамках конкретного розничного предприятия, во второй главе автор Заворохина Н.В. предлагает ориентироваться, прежде всего, на сенсорные предпочтения потребителей при формировании рынка продовольственных товаров, в третьей главе автором Чугуновой О.В. предложен подход по решению данной задачи на стадии разработки пищевого продукта. Книга представляет практический интерес для специалистов, занятых в сфере маркетинга, пищевой промышленности, сферы услуг, товароведения, общественного питания.

ББК 36.8+65.42

ISBN 978-5-4379-0495-4

© Карх Д.А., Чугунова О.В., Заворохина Н.В., 2016

СОДЕРЖАНИЕ:

Предисловие	6
Глава 1. Розничная торговля как основной инструмент формирования социально ориентированного потребительского рынка	8
1.1. Место торговых услуг на социально ориентированном рынке потребительских товаров	21
1.2. Розничная торговля как составляющая сферы услуг.....	28
1.3. Направления совершенствования услуг розничной торговли.....	40
1.4. Макро-регулирование потребительской торговли как фактор совершенствования торговых услуг.....	56
Глава 2. Сенсорные предпочтения потребителей как детерминанта формирования социально ориентированного продовольственного рынка безалкогольных напитков	69
2.1. Анализ факторов, влияющих на сенсорные предпочтения потребителей.....	80
2.2. Исследование влияния геоклиматических факторов на сенсорные предпочтения потребителей.....	81
2.3. Исследование вкусовой чувствительности.....	92
2.4. Исследование обонятельной чувствительности.....	98
2.5. Исследование сенсорных предпочтений.....	101
2.6. Исследование влияния ассоциативного и маркетингового факторов на сенсорные предпочтения потребителей.....	106

Глава 3. Применение дескрипторно-профильного метода дегустационного анализа при формировании ассортимента социально значимых функциональных пищевых продуктов.....	111
3.1. Разработка методики создания новых продуктов, ориентированных на потребителя.....	118
3.2. Разработка и товароведная оценка социально ориентированных пищевых продуктов с заранее заданными свойствами.....	120
3.3. Разработка напитков для спортсменов.....	121
3.4. Разработка и товароведная оценка мучных кондитерских изделий из безглютеновых видов муки.....	135
3.5. Разработка рецептур сахарного печенья из безглютеновых видов муки с использованием дескрипторно-профильного метода.....	139
3.6. Разработка рецептур кекса из безглютеновых видов муки с использованием ДПМ.....	152
3.7. Разработка и товароведная оценка хлеба с растительными порошками.....	155
3.8. Разработка рецептур хлеба с растительными порошками..	156
3.9. Исследование потребительских показателей качества хлеба с растительными порошками.....	161
3.10. Разработка и товароведная оценка чая с добавками.....	169
3.11. Разработка рецептур чая с растительными добавками с использованием дескрипторно-профильного метода.....	173
3.12. Моделирование состава чая с добавками местного ЛТС серии «Здравник» с применением методов линейного программирования.....	177

Заключение.....	183
Приложение.....	185

ПРЕДИСЛОВИЕ

Для каждого экономически и социально развитого общества формирование социально ориентированного продовольственного рынка является приоритетной государственной задачей.

Под государственной политикой Российской Федерации в области здорового питания населения понимается комплекс мероприятий, направленных на создание условий, обеспечивающих удовлетворение в соответствии с требованиями медицинской науки потребностей различных групп населения в здоровом питании с учетом их традиций, привычек и экономического положения.

В соответствии Распоряжением Правительства РФ от 25 октября 2010 г. № 1873-р Об утверждении Основ государственной политики РФ в области здорового питания населения на период до 2020 г. Предполагается, что в рамках реализации данной концепции от 80 до 95 % ресурсов внутреннего рынка основных видов продовольственного сырья и пищевых продуктов обеспечит отечественная промышленность. Увеличится доля изготовления ряда товаров в общем объеме производства. По продуктам массового потребления, обогащенным витаминами и минеральными веществами, она вырастет до 40–50 %, по маложирным молочным и мясным продуктам – до 20-30 %, по мясному сырью и продуктам его переработки – до 45-50 %, по рыбной продукции – до 7-8 %, по овощам и фруктам, продуктам их переработки – до 40-50 %. 80 % рынка специализированных продуктов для детского питания составит продукция отечественной промышленности. Половина младенцев в возрасте 6 месяцев будет находиться на грудном вскармливании.

Заболеваемость детей и подростков из-за неправильного питания снизится до 10 %. Число обучающихся в общеобразовательных учреждениях первой группы здоровья увеличится на 1 %, второй группы – на 2 %. Не менее 80 % членов организованных коллективов получают сбалансированное горячее питание. Адекватная обеспеченность детей и взрослых витаминами повысится не менее чем на 70 %. Распространенность ожирения и гипертонической болезни снизится на 30 %, сахарного диабета – на 7 %.

Монография посвящена новым концептуальным подходам к формированию социально ориентированного продовольственного рынка. Авторы предлагают различные решения данной задачи. В первой главе автором Кархом Д.А. решение данной задачи рассматривается как многогранный процесс, включающий в себя формирование разнообразных привлекательных для потребителя услуг

в рамках конкретного торгового предприятия розничной торговли, позволяющий варьировать социальную мотивированность потребителя. Согласно концепции, выдвинутой автором, предприятия общественного питания на площадке предприятия розничной торговли, могут значительно повысить интерес потребителя к данному предприятию, а та же служить дополнительной возможностью формирования социально ориентированного потребительского рынка.

Во второй главе автором Заворохиной Н.В. обосновывается концепция формирования социально ориентированного потребительского рынка, основанная на принципах формирования ассортимента и разработки продуктов питания, соответствующих сенсорным предпочтениям потребителей, которые, согласно гипотезе автора, являются определяющим мотивирующим фактором при покупке того или иного функционального пищевого продукта.

В третьей главе автором Чугуновой О.В. рассматривается концепция формирования социально ориентированного продовольственного рынка, основанная на применении методики формирования заданных функциональных свойств пищевых продуктов с применением дескрипторно-профильного метода дегустационного анализа. Приводятся примеры разработки функциональных продуктов с выкоконкурентными свойствами, востребованные на рынка.

Монография предназначена для работников предприятий пищевой промышленности, технологов общественного питания, бакалавров, магистрантов со специализацией в пищевой промышленности.

Монография

*Карх Дмитрий Андреевич
Чугунова Ольга Викторовна
Заворохина Наталия Валерьевна*

**АКТУАЛЬНЫЕ ПОДХОДЫ
К ФОРМИРОВАНИЮ СОЦИАЛЬНО
ОРИЕНТИРОВАННОГО
ПРОДОВОЛЬСТВЕННОГО РЫНКА**

Подписано в печать 29.11.16. Формат бумаги 60х84/16.
Бумага офсет №1. Гарнитура Times. Печать цифровая.
Усл. печ. л. 11,625. Тираж 550 экз.

Издательство «СибАК»
630049, г. Новосибирск, Красный проспект, 165, офис 4.
E-mail: mail@sibac.info

Отпечатано в полном соответствии с качеством предоставленного
оригинал-макета в типографии «Allprint»
630004, г. Новосибирск, Вокзальная магистраль, 3