

УДК 658.62.018.012.4

О.В. Иванова (5 курс, каф. ТО), С.Н.Колпашников, д.т.н., проф.

ИССЛЕДОВАНИЕ КАЧЕСТВА МОЛОКА НА РОССИЙСКОМ РЫНКЕ

В настоящее время все больше российских компаний начали заниматься производством пищевой продукции, в частности, молока и молочных изделий. В связи с расширением ассортимента продуктов, представленных на российском рынке, значительное внимание стало уделяться качеству выпускаемых изделий. Каким стандартам соответствовать и каким требованиям должна удовлетворять молочная продукция (в частности, молоко) при выходе на российский рынок – ответам на эти вопросы посвящена данная работа.

В работе рассмотрена классификационная схема продукта, характеризующая молоко по различным признакам. На основе ГОСТ 17164-71 и ГОСТ 3622-68 приведены основные термины и определения, используемые в работе при составлении классификационной схемы. Произведен анализ основных показателей качества данного продукта и требований, предъявляемых к ним при выпуске изделия. На основе ГОСТ 13264-88 описаны основные методы испытаний, проводимые с коровьим молоком для выпуска продукции. Один из методов рассмотрен подробно.

При написании данной работы были использованы данные ГОСТов Российской Федерации, учебные пособия (в частности, пособие С.Н. Колпашников, И.Б. Челпанов “Управление качеством”) и справочная литература. В приложении приведены фрагменты реферативных журналов по данной тематике и копии ГОСТ. Некоторые сведения для написания работы были получены из ресурсов Интернета.

Конечно, при производстве новой продукции (молока) компания вправе вносить какие-то изменения и новшества в упаковку, осуществлять грамотную маркетинговую политику, а также проводить другие мероприятия, дающие конкурентное преимущество по сравнению с другими производителями. Однако, в силу специфики товара, сам производственный процесс не может значительно отличаться у конкурирующих фирм. Поэтому в условиях острой конкурентной борьбы необходимо уделять повышенное внимание контролю качества выпускаемой продукции, т.к. никакая, даже самая гениальная, маркетинговая политика не сможет долго удерживать потребителя данного товара, качество последнего не будет соответствовать требованиям рынка.

В результате проведенного исследования были выявлены основные элементы повышения качества и конкурентоспособности молочных продуктов, проведен анализ рынка и методов управления качеством на предприятиях отрасли.