Содержание

Введение

1. Современное состояние и перспективы развития производства и потребления кисломолочных продуктов в России и Мордовии

2. Основные потребительские свойства кисломолочных товаров как критерий конкурентоспособности

3. Оценка конкурентоспособности кисломолочных товаров на примере магазина "Анна" ИП Бычковой В.В.

3.1 Организационно-экономическая характеристика магазина "Анна" города Саранск

3.2 Анализ ассортимента кисломолочных товаров на примере магазина "Анна" города Саранск

Заключение

Список использованной литературы

# Введение

Кисломолочные продукты относятся к старейшим молочным продуктам. Еще в библейской, древнеегипетской и грекоримской истории созерцается о кислом молоке.

Население разных стран издавна владело секретами приготовления кислого молока. В Грузии гордились мацони, в Узбекистане - катыком, в Башкирии - кумысом, в Северной Осетии - кефиром. Имеется большое количество кисломолочных напитков, которые обычно имеют национальное или местное значение. Некоторые продукты распространились повсеместно. Их производят в широких масштабах, например йогурт, пахту и кислое молоко, кефир, а также различные варианты ацидофильного молока.

Пищевая ценность кисломолочных продуктов определяется в основном содержанием в них белков, жиров, кальция, фосфора и витаминов А - каротина и В2.

Кисломолочные продукты имеют большую ценность с точки зрения физиологии питания, поскольку молочнокислые бактерии кроме сквашивания вызывают еще слабый распад белка. Таким образом человеческому организму предлагается уже частично обработанный, легко усвояемый белок; доля свободных аминокислот повышается. Благодаря расщеплению и новому синтезу происходит перегруппировка витаминов, которая хорошо подходит к потребностям человека. Возникающая из лактозы молочная кислота способствует перистальтики кишечника и поглощению кальция; отмечается активизация обмена веществ. Многие люди, плохо переносящие обычное молоко, без всякого ущерба могут принимать сквашенные кисломолочные напитки.

Однако ценность кисломолочных продуктов заключается также в том, что они содержат в своем составе микроорганизмы и продукты их жизнедеятельности, которые угнетают гнилостные бактерии в желудочно-кишечном тракте человека. Этому же способствует молочная кислота, которая снижает рН среды, также препятствует деятельности гнилостных микроорганизмов. По меньшей мере часть используемых микроорганизмов (например, Lactobacillus acidophilus, Bifidobacterium) оказывает антибиотическое действие, поэтому изготовленные с их участием продукты можно успешно использовать при определенных нарушениях пищеварения. Кисломолочные продукты благоприятно действуют на нервную систему, дыхательные пути, возбуждают аппетит, обладают приятным, освежающим вкусом, используются при лечении малокровия, туберкулеза, желудочно-кишечного тракта.

Современная молочная промышленность успешно работает по безотходным технологиям, применяет новые методы обработки сырья, направленные на максимальное использование химического состава молока, на выработку безвредных продуктов, обладающих не только определенной калорийностью, но и биологической ценностью.

Большое развитие в последние годы получила выработка продуктов детского питания, а также целевого назначения - для беременных и кормящих женщин, людей тяжелого физического труда, спортсменов и т.п.

При регулировании и формировании функциональных свойств продуктов на молочной основе оценивают три основных качества: пищевую ценность, вкусовые качества и физиологическое воздействие, которое формируется введенными в состав композиций функциональными ингредиентами.

Выбранная тема курсовой работы является актуальной, так как отличительной особенностью российского рынка всегда было сравнительно высокое потребление кефира, ряженки, простокваши и других кисломолочных продуктов. По мере роста интереса к здоровому питанию, растет потребление кисломолочных продуктов. При этом потенциал рынка остается большим.

Целью курсовой работы является изучение конкурентоспособности кисломолочных продуктов на примере деятельности ИП Бычкова, г. Саранск.

Задачами работы являются:

рассмотрение современного состояния и перспектив развития производства и потребления кисломолочных продуктов в России и республике Мордовия;

изучение основных потребительских свойств кисломолочных товаров как критерий конкурентоспособности;

оценка конкурентоспособности и проведение анализа ассортимента кисломолочных товаров на примере магазина "Анна" ИП Бычковой В. В.;

проведение анализа экономико-хозяйственной деятельности данного предприятия.

# 1. Современное состояние и перспективы развития производства и потребления кисломолочных продуктов в России и Мордовии

Молочная промышленность относится к отрасли, которой принадлежит особая роль в решении задач по обеспечению населения продовольствием. Молочная продукция востребована всеми слоями населения независимо от возраста, места проживания и материального положения потребителей, поэтому рынок молочных продуктов динамично развивается.

Оборот российского рынка молочной продукции составляет более 10 млн. т и оценивается по различным источникам от 4,5 до 6 млрд. долл. США в год. Производство цельномолочной продукции и сыров жирных в РФ сконцентрировано в основном в Центральном ФО (36,9 % от общего объема производства и 40,3 % соответственно), производство масла животного - в Приволжском ФО (24,8 %). Вторым по объему производства цельномолочной продукции в РФ после Центрального федерального округа является Приволжский ФО (19,9 %).

Значительная доля выпуска цельномолочной продукции сосредоточена в республиках Башкортостан (12,6 %), Татарстан (11,8 %), в Кировской (12 %), Нижегородской (11 %) и Самарской (10,3 %) областях. Республика Мордовия по данному показателю занимает девятое место из четырнадцати регионов Приволжского ФО.

В Мордовии в 2008 г. по сравнению с 2007 г. темп роста производства цельномолочной продукции составил 123,1 %, молочных консервов - 143,1 %, сыров и творога - 112,8 и 140,5 % соответственно. Это свидетельствует о том, что предприятия республики имеют стабильный рынок сбыта, и молочная продукция пользуется спросом не только на территории республики, но и за ее пределами. Вывоз цельномолочной продукции в другие регионы России в 2008 г. составил 63 % от общего объема производства, молочных консервов - 83 %, жирных сыров - 68,4 %2. Вместе с тем вывоз масла животного сократился и составляет 47 % от произведенного, что обусловило уменьшение объемов его производства (2008 г. к 2007 г. - 81,6 %).

Продукцию молочной отрасли в целом можно условно разделить на два сегмента: сегмент традиционных продуктов (сметана, молоко, творог, ряженка, масло, сыр) и новых продуктов (йогурты, десерты, пудинги с молоком, ароматизированное молоко, обогащенные продукты).

В настоящее время существенных изменений в структуре молочных категорий в среднем по России не наблюдается. В общем объеме продаж в тоннах доля пастеризованного молока составляет 33,1 %, стерилизованного - 16 % и кефира - 15,8 %. Следует отметить, что сегмент традиционных продуктов в денежном выражении изменяется в соответствии с изменением доходов населения. У этого сегмента есть перспективы роста и в натуральном выражении, так как потребление молочных продуктов этого сегмента оценивается как недостаточное в связи с низкой покупательной способностью населения. Сегмент новых молочных продуктов будет активно расти в стоимостном и натуральном выражении при росте доходов населения. Продукты этого сегмента в настоящее время относительно дорогие, что обусловливает низкие по сравнению со странами Европы объемы их потребления. Этот сегмент рынка более привлекателен для крупных компаний, так как они имеют возможность покупать современное дорогое оборудование и обеспечивать более высокую рентабельность производства.

Молочный рынок Российской Федерации, хотя и не демонстрирует значительные темпы роста, но имеет хороший потенциал развития, так как среднедушевое потребление молока и молочных продуктов населением РФ не превышает рекомендуемые ВОЗ нормы. Следует отметить, что хотя среднедушевое потребление молока и молочных продуктов в Мордовии превышает среднероссийские нормы, оно снижается. За период с 2007 по 2009 г. в республике потребление молока и молочных продуктов на душу населения снизилось на 14 кг и составило 292 кг на чел. в год, что на 4,6 % меньше уровня 2007 г. и на 2 % ниже по сравнению с 2009 г.

Увеличение доходов населения, снижение инфляционного давления создали условия для позитивных изменений в ассортиментной структуре розничной продажи основных видов молочной продукции в РФ. По данным выборочного обследования крупных и средних организаций розничной торговли, проведенного органами государственной статистики, в общем объеме продаж молока и молокопродуктов в 2008 г., увеличилась по сравнению с 2007 г. доля сухого молока (с 3,6 до 8,5 %), сметаны (с 14,6 до 16,2 %); сыров - брынзы жирной (с 4,5 до 9,6 %); масла животного (с 7,0 до 9,5 %).

Изменений на российском молочном рынке традиционных категорий практически не наблюдается. Несмотря на рост новинок, представляемых производителями молочной продукции, основной оборот в этой категории по-прежнему определяют традиционные продукты. Однако, следует отметить, что важный источник прибыли компаний - инновационные продукты, которые на фоне стагнации традиционного сегмента обеспечивают стабильный рост всей категории. Наблюдается и рост потребления упакованной молочной продукции, активное развитие йогуртно-десертного сегмента, обогащенных и функциональных продуктов. К быстрорастущим сегментам можно также отнести молочные десерты и пудинги. Потребители все больше отдают предпочтение натуральным продуктам. Соответственно, производители йогуртов класса люкс переориентируются на производство продукции без ароматизаторов и добавок.

В розничной торговле в связи с актуальностью здорового питания появляются национальные молочные продукты (кумыс, тан, айран). Следовательно, в настоящее время довольно быстро растет спрос на новинки, предлагаемые крупнейшими компаниями и российскими холдингами.

Обострение конкуренции и приводит к смене стратегических приоритетов развития участников рынка, особенно у российских компаний. Основными задачами становятся создание и развитие собственных торговых марок, расширение географии сбыта и продвижение товара в торговых сетях. В России работают около 2 тыс. производителей молочной продукции, из которых основными являются ОАО "Вимм-Билль-Данн", ОАО "Юнимилк", ООО "Danone", ОАО "Очаковский молочный завод", ООО "Ehrmann", ОАО "Воронежский молочный комбинат", ЗАО "Барнаульский молочный комбинат", ООО "Campina", ОАО "Останкинский молочный комбинат". Все большее число людей, покупая молочные продукты, обращает внимание на информационную поддержку товара, внимательно изучая упаковку и другие средства его продвижения. Продукты ведущих компаний на молочном рынке активно продвигаются производителями, которые достаточно активно используют практически все виды рекламы - на телевидении, радио, в прессе, транспорте, наружную рекламу.

# 2. Основные потребительские свойства кисломолочных товаров как критерий конкурентоспособности

Основными потребительскими свойствами кисломолочных продуктов являются их химические показатели, такие как: калорийность, кислотность, содержание жира, минеральных веществ, витаминов.

Немаловажными для потребителей являются технические параметры, такие как дизайн и объем упаковки, цена, известность торговой марки, соответствие продукции требованиям стандартов. Превышение норм, стандартов и правил не только не улучшает конкурентоспособность изделия, но и напротив, нередко снижает ее, поскольку ведет к росту цены, не увеличивая с точки зрения покупателя потребительской ценности, в силу чего предоставляется ему бесполезным. Так, потребители молока, упакованного в пленку, считают лишним и не выгодным для них расфасовывание молока в полипропиленовую бутылку. Это резко увеличило цену продукта.

Калорийность большинства молочнокислых продуктов выше, чем молока, за счет концентрации при производстве белков, жира, введения различных добавок - белковых, жировых, углеводных.

Кисломолочные продукты давно признаны диетическими, благодаря высокой усваиваемости, стимулированию секреторной деятельности желудка, поджелудочной железы, кишечника. В желудке они створаживаются, образуя рыхлый сгусток или хлопья, легко доступные действию пищеварительных ферментов.

Они также обладают лечебными свойствами, обусловленными созданием в кишечнике кислой среды, которая препятствует развитию патогенной и гнилостной микрофлоры, предпочитающих щелочную реакцию. В таблице 1 приведен химический состав и калорийность сметаны, творога и кефира.

кисломолочный продукт магазин конкурентоспособность

**Таблица 1 - Химический состав молочнокислых продуктов**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Продукт | Массовая доля | | | | | | | | | | Калорийность 100г, ккал |
| % | | | | Мг / 100г | | | | | |
| белок | жир | лактоза | зола | Минеральные вещества | | | Витамины | | |
| Ca | P | Fe | A | B1 | B2 |
| Сметана 25% | 2,6 | 25 | 2,7 | 0,5 | 84 | 60 | 0,3 | 0,17 | 0,02 | 0,11 | 248 |
| Творог 9% | 16,7 | 9 | 1,3 | 1,0 | 164 | 220 | 0,4 | 0,05 | 0,04 | 0,27 | 156 |
| Кефир 3,2% | 2 | 3,2 | 4,1 | 0,7 | 120 | 95 | 0,1 | 0,02 | 0,03 | 0,17 | 59 |

Анализируя данную таблицу можно сделать вывод о том, что сметана находится на первом месте по содержанию жира и витамина А и калорийности, но по содержанию минеральных веществ сметана занимает последнее место, наибольшее количество минеральных веществ находится в твороге, также творог богат витаминами и белками, самая низкая калорийность и наименьшее содержание жира и белка находится в кефире.

В таблице 2 представлены физико-химические показатели простокваши.

**Таблица 2 - Физико-химические показатели простокваши**

|  |  |
| --- | --- |
| Показатель | Норма |
| Содержание жира, %, не менее: |  |
| В жирной простокваше | 3,2 |
| В простокваше украинской | 6,0 |
| В йогурте | 1,5 и 6 |
| Кислотность, оТ: |  |
| Простокваши украинской, обыкновенной, |  |
| мечниковской, ацидофильной, варенца | 80-110 |
| Простокваши южной и йогурта | 90-140 |

При анализе данной таблицы можно выявить, что наибольшее содержание жира имеет простокваша украинская, но по кислотности она уступает простокваше южной и йогурту.

В таблице 3 представлены физико-химические показатели творога.

**Таблица - 3 Физико-химические показатели творога**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование показателя | Творог жирный | | Творог полужирный | | Творог обезжиренный | | |
| Высший сорт | I сорт | Высший сорт | I сорт | Высший сорт | | I сорт |
| Содержание жира, %, не менее | 18 | 18 | 9 | 9 |  |  | |
| Содержание влаги, %, не более | 65 | 65 | 73 | 73 | 80 | 80 | |
| Кислотность, ◦Т, не более | 200 | 225 | 210 | 240 | 220 | 270 | |

Анализируя данную таблицу можно сделать вывод о том, что наибольше содержание жира в твороге жирном, не содержит жира обезжиренный творог, по содержанию влаги обезжиренный творог занимает первое место, также творог обезжиренный I сорта занимает первое место по кислотности. Наименьшая кислотность у творога полужирного высшего сорта.

При производстве кисломолочных напитков применяются два способа: термостатный и резервуарный. При термостатном способе производства кисломолочных напитков сквашивание молока и созревание напитков производится в бутылках в термостатных и хладостатных камерах.

При размещении кисломолочных товаров на хранение следует предусматривать возможность быстрого нахождения товара, удобного отбора для подачи в торговый зал учитывать длительность его хранения.

Контроль готовой продукции проводят по методам, принятым для кисломолочных напитков с плодово-ягодными наполнителями. При производстве кисломолочных напитков с наполнителями нужно быть особенно внимательными во избежание выработки продукции негарантированного качества.

Кисломолочные продукты обладают первичным ароматом, который обусловлен веществами, содержащимися в молоке. В период созревания накапливаются вещества, типичные для данного вида брожения, они сообщают кисломолочным продуктам специфический вкусовой букет.

Помимо физико-химических показателей немаловажным критерием конкурентоспособности является также и упаковка товара. В первую очередь она обеспечивает безопасность продукта от воздействия внешних факторов и его сохранность на протяжении некоторого времени после вскрытия. Во-вторых, художественное исполнение и дизайн упаковки сильно влияет на выбор приобретаемой продукции, что в свою очередь определяется психофизическими показателями.

В настоящее время существует множество видов упаковки, но свое предпочтение покупатели отдают бутылкам ПЭТ, обрам, тетра-пак. Так как такие виды упаковок удобны в использовании и хорошо сохраняют продукт. Наименьшая доля реализации приходится на продукты в упаковке PP/TR, которая представляет собой бумажный пакет "домик".

Также определяющим фактором при покупке кисломолочной продукции является имидж фирмы-производителя. Предпочтение потребителей обычно отдается хорошо известной на рынке фирме, которая четко выполняет взятые на себя обязательства, обеспечивает оптимальное соответствие качества, потребительских свойств и цены товара.

# 3. Оценка конкурентоспособности кисломолочных товаров на примере магазина "Анна" ИП Бычковой В.В.

# 3.1 Организационно-экономическая характеристика магазина "Анна" города Саранск

Объектом исследования является магазин "Анна" ИП Бычковой В.В., находящийся по адресу республика Мордовия, город Саранск, ул. Энгельса, 26. В соответствии с Федеральным законом "О государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей" в Единый государственный реестр индивидуальных предпринимателей внесена запись об индивидуальном предпринимателе Бычкова В.В. (№ 304132633000084) с присвоением ей идентификационного номера налогоплательщика (ИНН: 132600065990).

ИП Бычкова осуществляет свою предпринимательскую деятельность в сфере осуществления розничной реализации продовольственных товаров.

Основной целью деятельности ИП Бычкова является получение прибыли путём наиболее полного и качественного удовлетворения потребителей в продовольственных товарах.

ИП Бычкова заинтересована в том, чтобы реализуемая продукция была безопасна для покупателя и обладала заявленным качеством. Для обеспечения качества и безопасности продукции проводятся санитарно-эпидемиологические экспертизы и сертификация продукции.

Для характеристики предприятия рассмотрим такие экономические показатели, как товарооборот, рентабельность, прибыль.

Розничный товарооборот - это количественный показатель, характеризующий объем продаж. Он выражает экономические отношения, возникающие на заключительной стадии движения товаров из сферы обращения в сферу потребления путем их обмена на денежные доходы.

Максимизация прибыли - основная цель торгового предприятия. Ее достижение невозможно без определения оптимального объема товарооборота, обеспечивающего достижение наибольшей прибыли. Для торговых организаций необходимо достичь такого объема розничного товарооборота, который может обеспечить максимально возможную прибыль при условии качественного обслуживания покупателей.

Немаловажным показателем экономической деятельности магазина является анализ прибыли и рентабельности.

Рентабельность - показатель, отражающий многие стороны деятельности предприятий за определенный период. Это процентное отношение суммы прибыли к одному из показателей: объему товарооборота, издержкам обращения, средней стоимости основных и оборотных средств и т.п.

Основные экономические показатели магазина "Анна" ИП Бычковой г. Саранска рассмотрим в таблице 1.

**Таблица 4 - Основные экономические показатели деятельности магазина "Анна", г. Саранск за 2007-2009 гг.**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование показателя | Единица измерения | 2007 год | 2008 год | 2009 год | Отклонение +,- | | Темпы роста | |
| сумма, тыс. руб. | | % | |
| 2009г.  к  2007г. | 2009г.  к  2008г. | 2009г.  к  2007г. | 2009г.  к  2008г. |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 |
| Товарооборот магазина | тыс. руб. | 7443,0 | 7951,0 | 8030,0 | 587,0 | 79,0 | 108, 0 | 101,0 |
| Товарооборот кисломолочных продуктов | тыс. руб. | 1100,0 | 1230,0 | 1320,0 | 220,0 | 90,0 | 120,0 | 107,0 |
| % к обороту |  | 14,8 | 15,5 | 16,4 | 2,4 | 0,9 | 117,0 | 106,0 |
| Прибыль от реализации | тыс. руб. | 189,0 | 204,0 | 221,0 | 32,0 | 17,0 | 117,0 | 108,0 |
| Чистая прибыль | тыс. руб. | 184,0 | 211,0 | 228,0 | 44,0 | 17,0 | 124,0 | 108,0 |
| Рентабельность | % | 2,5 | 2,6 | 2,8 | 0,3 | 0,2 | 112,0 | 107,0 |

Анализируя данные таблицы, можно сделать вывод, что предприятие в целом работает рентабельно, и как результат, имеет ежегодную прибыль. Товарооборот кисломолочной продукции по отношению к общему товарообороту предприятия составляет в 2007 году - 14,8%, в 2008 году - 15,5%, в 2009 году - 16,4%, здесь мы так же наблюдаем положительную динамику.

# 3.2 Анализ ассортимента кисломолочных товаров на примере магазина "Анна" города Саранск

Ассортимент кисломолочных продуктов, реализуемых в магазине "Анна" г. Саранск проанализируем по следующим классификационным признакам:

По содержанию жира;

По торговой марке;

По виду упаковки;

В таблице 6 проанализируем структуру ассортимента кисломолочных продуктов на примере магазина "Анна"г. Саранск.

**Таблица 6 - Анализ структуры ассортимента кисломолочных продуктов на примере магазина "Анна", г. Саранск за 2007-2009 гг.**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование кисломолочных продуктов | 2007 год | | | | 2008 год | | | | 2009 год | | | | Отклонение (+; - ) | | Темпы роста | |
| сумма, тыс. руб. | | % | |
| Поступило | | Реализовано | | Поступило | | Реализовано | | Поступило | | Реализовано | | 2009гк 2007г | 2009гк 2008г | 2009г к  2007г | 2009г к  2008г |
| Сумма, тыс. руб. | Уд. вес, % | Сумма, тыс. руб. | Уд. вес, % | Сумма, тыс. руб. | Уд. вес, % | Сумма, тыс. руб. | Уд. вес, % | Сумма, тыс. руб. | Уд. вес, % | Сумма, тыс. руб. | Уд. вес, % |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 |
| Кисломолочные напитки | 619,3 | 63,6 | 699,8 | 63,6 | 695,9 | 63,9 | 786,4 | 63,9 | 753,4 | 64,5 | 851,2 | 64,5 | 151,4 | 64,8 | 121,6 | 108,2 |
| Сметана | 118,0 | 12,1 | 133,3 | 12,1 | 131,8 | 12,1 | 148,9 | 12,1 | 140,8 | 12,0 | 159,1 | 12,0 | 25,8 | 10,2 | 119,4 | 106,9 |
| Творог и творожные изделия | 237,0 | 24,3 | 267,9 | 24,3 | 260,8 | 24,0 | 294,7 | 24,0 | 274,0 | 23,5 | 309,7 | 23,5 | 41,8 | 15,0 | 115,6 | 105,0 |
| Всего: | 973,4 | 100 | 1100,0 | 100 | 1088,6 | 100 | 1230,0 | 100 | 1168,2 | 100 | 1320,0 | 100 | 220,0 | 90,0 | 120,0 | 107,0 |

Анализируя данную таблицу можно сделать вывод о том, что структура ассортимента кисломолочных продуктов представлена кисломолочными напитками, сметаной, творогом и творожными изделиями.

Наибольший удельный вес от всей реализации кисломолочных продуктов в магазине "Анна" г. Саранск составляют кисломолочные напитки, что в свою очередь является показателем востребованности данного продукта у потребителей. В 2007 году реализовано на 699,8 тыс. руб., что составило 63,6% от общей реализации кисломолочных продуктов, по сравнению с 2009 годом это на 151,4 тыс. руб. меньше; в 2008 году данная сумма составила 786,4 тыс. руб., это 63,9% от общего оборота, что по сравнению с 2007 годом больше на 86,6 тыс. руб.; в 2009 году реализация кисломолочных напитков составила 851,2 тыс. руб. или 64,5% Отклонение в 2009 году по отношению к 2007 году составило 151,4 тыс. руб.; в 2009 году по отношению к 2008 году - 64,8 тыс. руб. Темп роста в 2009 году по отношению к 2007 году составил 121,6%; по отношению к 2008 году - 108,2%.

На втором месте по реализации кисломолочных продуктов находится творог и творожные изделия. Так, в 2009 году по отношению к 2007 году реализация творога и творожных изделий увеличилась на 41,5 тыс. руб. и составила 309,7 тыс. руб. или 23,5%, а по отношению к 2008 году в 2009 году было реализовано творога и творожных изделий на 15,0 тыс. руб. больше, что составило в 2008 году 294,7 тыс. руб. Темп роста в 2009 году по отношению к 2007 году составил 115,6%; по отношению к 2008 году - 105,0%.

Меньше всего из кисломолочных продуктов в магазине "Анна", г. Саранск реализовано сметаны. В 2007 году удельный вес реализации составил всего 12,1% от общего оборота или 133, 3 тыс. руб.; по сравнению с 2007 годом в 2008 году данная сумма увеличилась на 15,6 тыс. руб. и составила 148,9 тыс. руб. или 12,1%; в 2009 году реализация сметаны увеличилась по отношению к 2008 году на 10,2 тыс. руб. и составила 159,1 тыс. руб. или 12,0%. Темп роста в 2009 году по отношению к 2007 году составил 119,4%; в 2009 году по отношению к 2008 году - 106,9%.

Анализ структуры ассортимента кисломолочных продуктов на примере магазина "Анна" г. Саранск рассмотрим в таблице 7.

**Таблица 7 - Анализ структуры ассортимента кисломолочных продуктов на примере магазина "Анна", г. Саранск за 2007-2009 гг.**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование кисломолочных продуктов | 2007 год | | | | 2008 год | | | | 2009 год | | | | Отклонение (+; - ) | | Темпы роста | |
| сумма, тыс. руб. | | % | |
| Поступило | | Реализовано | | Поступило | | Реализовано | | Поступило | | Реализовано | | 2009г к  2007г | 2009г к 2008г | 2009г  к  2007г | 2009г к 2008г |
| Сумма, тыс. руб. | Уд. вес, % | Сумма, тыс. руб. | Уд. вес, % | Сумма, тыс. руб. | Уд. вес, % | Сумма, тыс. руб. | Уд. вес, % | Сумма, тыс. руб. | Уд. вес, % | Сумма, тыс. руб. | Уд. вес, % |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 |
| Кисломолочные напитки,  в том числе:  Кефир, 1%; 2,5%; 3,2% | 300,2 | 30,8 | 339,2 | 30,8 | 326,4 | 30,0 | 368,8 | 30,0 | 343,8 | 29,4 | 388,5 | 29,4 | 49,3 | 19,7 | 114,5 | 105,3 |
| Йогурт, 0,3%; 1,2%; 1,5%; 2,5%; 4,7%; 7,5% | 254,1 | 26,1 | 287,1 | 26,1 | 297,3 | 27,3 | 336,0 | 27,3 | 334,0 | 28,6 | 377,4 | 28,6 | 90,3 | 41,4 | 131,5 | 112,3 |
| Ряженка, 2,5%; 4% | 64,8 | 6,7 | 73,2 | 6,7 | 72,4 | 6,7 | 81,8 | 6,7 | 75,6 | 6,5 | 85,4 | 6,5 | 12,2 | 3,6 | 116,7 | 104,4 |
| Итого: | 619,3 | 63,6 | 699,8 | 63,6 | 695,9 | 63,9 | 786,4 | 63,9 | 753,4 | 64,5 | 851,2 | 64,5 | 151,4 | 64,8 | 121,6 | 108,2 |
| Сметана, 20% | 118,0 | 12,1 | 133,3 | 12,1 | 131,8 | 12,1 | 148,9 | 12,1 | 140,8 | 12,0 | 159,1 | 12,0 | 25,8 | 10,2 | 119,4 | 106,9 |
| Итого: | 118,0 | 12,1 | 133,3 | 12,1 | 131,8 | 12,1 | 148,9 | 12,1 | 140,8 | 12,0 | 159,1 | 12,0 | 25,8 | 10,2 | 119,4 | 106,9 |
| Творог и творожные изделия, 2%;  5%; 9%; 16,5%; 23% | 237,0 | 24,3 | 267,9 | 24,3 | 260,8 | 24,0 | 294,7 | 24,0 | 274,0 | 23,5 | 309,7 | 23,5 | 41,8 | 15,0 | 115,6 | 105,0 |
| Итого: | 237,0 | 24,3 | 267,9 | 24,3 | 260,8 | 24,0 | 294,7 | 24,0 | 274,0 | 23,5 | 309,7 | 23,5 | 41,8 | 15,0 | 115,6 | 105,0 |
| Всего: | 973,4 | 100 | 1100,0 | 100 | 1088,6 | 100 | 1230,0 | 100 | 1168,2 | 100 | 1320,0 | 100 | 220,0 | 90,0 | 127,7 | 110,4 |

По данным, приведенным в таблице 7, можно сделать вывод, что из кисломолочных напитков наибольший удельный вес при реализации занимает кефир, сумма реализации которого в 2007 году составила 339,2 тыс. руб., это 30,8% от реализации кисломолочных продуктов, что по сравнению с 2008 годом меньше на 29,6 тыс. руб.; в 2008 году кефира было реализовано на 368,8 тыс. руб., что составило 30,0% от общей реализации кисломолочных продуктов; по сравнению с 2007 и 2008 годом в 2009 году реализация кефира увеличилась и составила 388,5 тыс. руб. или 29,4% Темп роста в 2009 году по отношению к 2007 году составил 114,5%; по отношению к 2008 году - 105,3%.

На втором месте по реализации кисломолочных напитков находится йогурт, сумма реализации которого в 2007 году составила 287,1 тыс. руб., это 26,1% от реализации кисломолочных продуктов, что на 48,9 тыс. руб. меньше чем в 2008 году и на 90,3 тыс. руб. меньше чем в 2009 году; в 2008 году йогурта было реализовано на 336,0 тыс. руб., что составило 27,3% от общей реализации кисломолочных продуктов, что на 41,4 тыс. руб. меньше чем в 2009 году; в 2009 году по сравнению с 2008 годом, сумма реализации йогурта увеличилась на 41,4 тыс. руб. и составила 377,4 тыс. руб. или 28,6%. Наименьший удельный вес из всего ассортимента кисломолочных продуктов приходится на ряженку, в 2007 году он составил 6,7% от общего количества реализованных кисломолочных продуктов; по сравнению с 2007 годом в 2008 году реализация ряженки увеличилась на 8,6 тыс. руб. и составила 81,8 тыс. руб. или 6,7%; в 2009 году сумма реализации увеличилась на 3,6 тыс. руб. и составила 85,4 тыс. руб. Темп роста в 2009 году по отношению к 2007 году составил 116,7%; в 2008 году по отношению к 2008 году - 104,4%.

Наименьший удельный вес по реализации приходится так же и на сметану. Так в 2007 году сметаны было реализовано на 133,3 тыс. руб., или 12,1% от общей суммы реализации кисломолочных продуктов, что на 15,6 тыс. руб. меньше чем в 2008 году и на 25,8 тыс. руб. меньше чем в 2009 году; в 2008 году сумма реализации составила 148,9 тыс. руб. или 12,1%; в 2009 году по отношению к 2007 году темп роста составил 119,4%, а по отношению к 2008 году - 104,4%, что составило 159,1 тыс. руб.

Сумма реализации творога и творожных изделий практически ровна сумме реализации йогурта и составила в 2007 году 267,9 тыс. руб. или 24,3%, что на 26,8 тыс. руб. меньше чем в 2008 году и на 41,8 тыс. руб. чем в 2008 году; в 2008 году реализация творога и творожных изделий составила 294,7 тыс. руб. или 24,0%; в 2009 году произошло увеличение суммы реализации по отношению к 2007 году на 41,8 тыс. руб., по отношению к 2008 году на 15,0 тыс. руб., что составило 309,7 тыс. руб. или 23,5%.

Анализ ассортимента кисломолочных продуктов на примере магазина "Анна" г. Саранск представлен в таблице 8.

**Таблица 8 - Анализ ассортимента кисломолочных продуктов на примере магазина "Анна" г. Саранск за 2007-2009 гг.**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование показателя | 2007 год | | | | 2008 год | | | | 2009 год | | | | Отклонение (+; - ) | | Темпы роста | |
| сумма, тыс. руб. | | % | |
| Поступило | | Реализовано | | Поступило | | Реализовано | | Поступило | | Реализовано | | 2009г к 2007г | 2009г к 2008г | 2009г к 2007г | 2009г к 2008г |
| Сумма, тыс. руб. | Уд. вес, % | Сумма, тыс. руб. | Уд. вес, % | Сумма, тыс. руб. | Уд. вес, % | Сумма, тыс. руб. | Уд. вес, % | Сумма, тыс. руб. | Уд. вес, % | Сумма, тыс. руб. | Уд. вес, % |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 |
| Кисломолочные напитки,  в том числе:  Кефир 1% | 86,7 | 14,0 | 98,0 | 14,0 | 93,6 | 13,5 | 105,8 | 13,5 | 97,8 | 13,0 | 110,5 | 13,0 | 12,5 | 4,7 | 113,7 | 104,9 |
| Кефир 2,5% | 158,5 | 25,6 | 178,6 | 25,6 | 172,2 | 24,7 | 195,2 | 24,7 | 180,6 | 24,0 | 204,1 | 24,0 | 25,5 | 9,5 | 114,3 | 104,6 |
| Кефир 3,2% | 55,0 | 8,9 | 62,6 | 8,9 | 60,5 | 8,7 | 68,4 | 8,7 | 65,4 | 8,7 | 73,9 | 8,7 | 11,8 | 5,5 | 118,9 | 108,0 |
| Итого: | 300,2 | 48,5 | 339,2 | 48,5 | 326,4 | 46,9 | 368,8 | 46,9 | 343,8 | 45,6 | 388,5 | 45,6 | 49,3 | 19,7 | 114,5 | 105,3 |
| Йогурт 0,3% | 12,1 | 1,9 | 13,7 | 1,9 | 16,2 | 2,3 | 18,3 | 2,3 | 21,0 | 2,8 | 23,7 | 2,8 | 10,0 | 5,4 | 173,0 | 129,5 |
| Йогурт 1,2% | 121,4 | 19,6 | 137,2 | 19,6 | 137,2 | 19,7 | 155,0 | 19,7 | 153,0 | 20,3 | 172,8 | 20,3 | 35,6 | 17,8 | 126,0 | 111,5 |
| Йогурт 2,5% | 93,4 | 15,1 | 105,5 | 15,1 | 106,9 | 15,4 | 120,8 | 15,4 | 116,1 | 15,4 | 131,2 | 15,4 | 25,7 | 10,4 | 124,4 | 108,6 |
| Йогурт 4,7% | 14,4 | 2,3 | 16,3 | 2,3 | 18,4 | 2,7 | 20,8 | 2,7 | 21,6 | 2,9 | 24,4 | 2,9 | 8,1 | 3,6 | 149,7 | 117,3 |
| Йогурт 7,5% | 12,8 | 2,1 | 14,5 | 2,1 | 18,6 | 2,7 | 21,0 | 2,7 | 22,4 | 2,9 | 25,3 | 2,9 | 10,8 | 4,3 | 174,5 | 120,5 |
| Итого: | 254,1 | 41,0 | 287,1 | 41,0 | 297,3 | 42,7 | 336,0 | 42,7 | 334,0 | 44,3 | 377,4 | 44,3 | 90,3 | 41,4 | 131,5 | 112,3 |
| Ряженка 2,5% | 34,2 | 5,5 | 38,6 | 5,5 | 38,7 | 5,6 | 43,7 | 5,6 | 39,8 | 5,3 | 45,0 | 5,3 | 6,4 | 1,3 | 116,6 | 103,0 |
| Ряженка 4% | 30,6 | 5,0 | 34,6 | 5,0 | 33,7 | 4,9 | 38,1 | 4,9 | 35,8 | 4,8 | 40,5 | 4,8 | 5,9 | 2,4 | 117,1 | 106,3 |
| Итого: | 64,8 | 10,5 | 73,2 | 51,5 | 72,4 | 10,4 | 81,8 | 10,4 | 75,6 | 10,0 | 85,4 | 10,0 | 12,2 | 3,6 | 116,7 | 104,4 |
| Итого по кисломолочным напиткам: | 619,3 | 100 | 699,8 | 100 | 695,9 | 100 | 786,4 | 100 | 753,4 | 100 | 851,2 | 100 | 151,4 | 64,8 | 121,6 | 108,2 |
| Сметана 20% | 118,0 | 100 | 133,3 | 100 | 131,8 | 100 | 148,9 | 100 | 140,8 | 100 | 159,1 | 100 | 25,8 | 10,2 | 119,4 | 106,9 |
| Итого по сметане: | 118,0 | 100 | 133,3 | 100 | 131,8 | 100 | 148,9 | 100 | 140,8 | 100 | 159,1 | 100 | 25,8 | 10,2 | 119,4 | 106,9 |
| Творог и творожные изделия, том числе:  Творог 2% | 37,5 | 15,8 | 42,4 | 15,8 | 40,5 | 15,5 | 45,8 | 15,5 | 41,2 | 15,0 | 46,6 | 15,0 | 4,2 | 0,8 | 109,9 | 101,7 |
| Творог 5% | 41,2 | 17,4 | 46,6 | 17,4 | 44,3 | 17,0 | 50,1 | 17,0 | 50,6 | 18,5 | 57,8 | 18,5 | 11,2 | 7,7 | 124,0 | 115,4 |
| Творог 9% | 76,2 | 32,2 | 86,1 | 32,2 | 81,8 | 31,4 | 92,4 | 31,4 | 86,5 | 31,6 | 97,7 | 31,6 | 11,6 | 5,3 | 113,5 | 105,7 |
| Итого: | 154,9 | 65,4 | 175,0 | 65,4 | 166,6 | 63,9 | 188,3 | 63,9 | 178,3 | 65,1 | 201,5 | 65,1 | 27,0 | 13,8 | 115,2 | 107,0 |
| Масса творожная 16,5% | 40,3 | 17,0 | 45,5 | 17,0 | 46,2 | 17,7 | 52,1 | 17,7 | 49,1 | 17,9 | 55,5 | 17,9 | 10 | 3,4 | 122,0 | 106,5 |
| Сырок глазированный 23% | 41,9 | 17,7 | 47,3 | 17,7 | 48,2 | 18,5 | 54,5 | 18,5 | 50,6 | 18,5 | 57,2 | 18,5 | 9,9 | 2,7 | 120,9 | 105,0 |
| Итого по творогу и творожным изделиям: | 237,0 | 100 | 267,9 | 100 | 260,8 | 100 | 294,7 | 100 | 274,0 | 100 | 309,7 | 100 | 41,8 | 15,0 | 115,6 | 105,0 |
| Всего: | 973,4 |  | 1100,0 |  | 1088,6 |  | 1230,0 |  | 1168,2 |  | 1320,0 |  | 220,0 | 90,0 | 127,7 | 110,4 |

Исходя из данных таблицы 8 можно сделать вывод, что из кисломолочных напитков наибольший удельный вес при реализации занимает кефир жирностью 2,5%, сумма реализации которого в 2007 году составила 178,6 тыс. руб., это 25,6% от реализации кисломолочных напитков, что по сравнению с 2008 годом меньше на 12,6 тыс. руб.; в 2008 году кефира было реализовано на 165,2 тыс. руб., что составило 24,7% от общей реализации кисломолочных продуктов; по сравнению с 2007 и 2008 годом в 2009 году реализация кефира увеличилась и составила 204,1 тыс. руб. или 24,0% Темп роста в 2009 году по отношению к 2007 году составил 114,3%; по отношению к 2008 году - 104,6%.

По реализации йогурта наибольшая сумма приходится на йогурт жирностью 1,2%. В 2007 году йогурта 1,2% реализовано на 137,2 тыс. руб., что составило 19,6% от общей реализации кисломолочных напитков, по сравнению с 2009 годом это на 35,6 тыс. руб. меньше; в 2008 году данная сумма составила 155,0 тыс. руб., это 19,7% от общего оборота кисломолочных напитков, что по сравнению с 2006 годом больше на 17,8 тыс. руб.; в 2009 году реализация йогурта 1,2% составила 172,8 тыс. руб. или 20,3%. Отклонение в 2009 году по отношению к 2007 году составило 35,6 тыс. руб.; по отношению к 2008 году - 17,8 тыс. руб. Темп роста в 2009 году по отношению к 2007 году составил 126,0%; по отношению к 2008 году - 111,5%.

По реализации ряженки наибольшая сумма приходится на ряженку жирностью 2,5%. В 2007 году ряженки 2,5% реализовано на 38,6 тыс. руб., что составило 5,5% от общей реализации кисломолочных напитков, по сравнению с 2009 годом это на 6,4 тыс. руб. меньше; в 2008 году данная сумма составила 43,7 тыс. руб., это 5,6% от общего оборота кисломолочных напитков, что по сравнению с 2007 годом больше на 1,1 тыс. руб.; в 2009 году реализация ряженки 2,5% составила 45,0 тыс. руб. или 5,3%. Отклонение в 2009 году по отношению к 2007 году составило 6,4 тыс. руб.; по отношению к 2008 году - 1,3 тыс. руб. Темп роста в 2009 году по отношению к 2007 году составил 116,6%; по отношению к 2008 году - 103,0%.

По реализации творога наибольшая сумма приходится на творог жирностью 9%. В 2007 году творога 9% реализовано на 86,1 тыс. руб., что составило 32,2% от общей реализации творога и творожных изделий, по сравнению с 2009 годом это на 11,6 тыс. руб. меньше; в 2008 году данная сумма составила 92,4 тыс. руб., это 31,4% от общего оборота творога и творожных изделий, что по сравнению с 2007 годом больше на 6,3 тыс. руб.; в 2009 году реализация творога 9% составила 97,7 тыс. руб. или 31,6%. Отклонение в 2009 году по отношению к 2007 году составило 11,6 тыс. руб.; по отношению к 2008 году - 5,3 тыс. руб. Темп роста в 2009 году по отношению к 2007 году составил 113,5%; по отношению к 2008 году - 105,7%.

По содержанию жира можно выделить продукты: нежирные, низкожирные *(*до 2% жира), жирные *(*более 2, 3,5%) и повышенной жирности (от 4%). Анализ структуры ассортимента кисломолочных продуктов на примере магазина "Анна", г. Саранск, классифицируемых по массовой доле жира представлена в таблице 9.

**Таблица 9 - Анализ структуры ассортимента кисломолочных продуктов на примере магазина "Анна", г. Саранск за 2007-2009 гг., классифицируемых по массовой доле жира**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование кисломолочных продуктов | 2007 год | | | | 2008 год | | | | 2009 год | | | | Отклонение (+; - ) | | Темпы роста | |
| сумма, тыс. руб. | | % | |
| Поступило | | Реализовано | | Поступило | | Реализовано | | Поступило | | Реализовано | | 2009г к 2007г | 2009г к 2008г | 2009г к  2007г | 2009г к 2008г |
| Сумма, тыс. руб. | Уд. вес, % | Сумма, тыс. руб. | Уд. вес, % | Сумма, тыс. руб. | Уд. вес, % | Сумма, тыс. руб. | Уд. вес, % | Сумма, тыс. руб. | Уд. вес, % | Сумма, тыс. руб. | Уд. вес, % |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 |
| Нежирные, низкожирные (до 2% жира) | 220,3 | 22,6 | 248,9 | 22,6 | 246,9 | 22,7 | 279,0 | 22,7 | 271,7 | 23,3 | 307,0 | 23,3 | 58,1 | 28,0 | 123,3 | 110,0 |
| Жирные (более 2; 3,5% жира) | 378,6 | 38,9 | 427,8 | 38,9 | 418,9 | 38,5 | 473,4 | 38,5 | 443,1 | 38,0 | 500,7 | 38,0 | 72,9 | 27,3 | 117,0 | 105,8 |
| Повышенной жирности (от 4% жира) | 375,3 | 38,6 | 424,0 | 38,6 | 422,9 | 38,8 | 477,9 | 38,8 | 458,0 | 39,2 | 517,5 | 39,2 | 93,5 | 39,6 | 122,1 | 108,3 |
| Всего: | 973,4 | 100 | 1100,0 | 100 | 1088,6 | 100 | 1230,0 | 100 | 1168,2 | 100 | 1320,0 | 100 | 220,0 | 90,0 | 127,7 | 110,4 |

Анализируя данную таблицу 9 можно сделать вывод, что наибольшим спросом у потребителей пользуются жирные продукты, содержание жира в которых от 2 до 3,5 % и продукты повышенной жирности, содержание жира в которых более 4%. Реализация жирных продуктов в 2007 году составила 427,8 тыс. руб. или 38,9% от общей реализации кисломолочных продуктов, что на 45,6 тыс. руб. меньше чем в 2008 году и на 72,9 тыс. руб. меньше чем в 2009 году; в 2008 году по отношению к 2007 году жирных кисломолочных продуктов было реализовано больше на 45,6 тыс. руб. и на 27,3 тыс. руб меньше чем в 2009 году, что составило 473,4 тыс. руб. или 38,5%; в 2009 году по сравнению с 2007 и 2008 годом сумма реализации увеличилась и составила 500,7 тыс. руб. Темп роста в 2009 году по отношению к 2007 году составил 117,0%; по отношению к 2008 году - 105,8%.

Второе место по реализации занимают продукты повышенной жирности, которых в 2007 году было реализовано на 422,0 тыс. руб. или 38,6%; в 2008 году - на 477,9 тыс. руб., что составило 477,9 тыс. руб. или 38,8%; в 2009 году сумма реализации продуктов повышенной жирности составила 517,5 тыс. руб. или 39,2%. Отклонение в 2009 году по отношению к 2007 году составило 93,5 тыс. руб.; в 2009 году по отношению к 2008 - 39,6 тыс. руб. Темп роста в 2009 году по отношению к 2007 году составил 122,1%; по отношению к 2008 году - 108,3%.

Наименьшим спросом у населения пользуются нежирные и низкожирные кисломолочные продукты, содержание жира в которых до 2%.

Сумма реализации нежирных и низкожирных продуктов в 2007 году составила 248,9 тыс. руб., это 22,6% от общей реализации кисломолочных продуктов; в 2008 году по сравнению с 2007 годом, сумма реализации увеличилась на 30,1 тыс. руб. и составила 279,0 тыс. руб. или 22,7%; в 2009 году данная сумма увеличилась на 28,0 тыс. руб. по отношению к 2008 году и составила 307,0 тыс. руб. или 23,3%.

Анализ ассортимент кисломолочных продуктов, классифицируемых по массовой доле жира на примере магазина "Анна", г. Саранск рассмотрен в таблице 10.

**Таблица 10 - Анализ ассортимента кисломолочных продуктов на примере магазина "Анна", г. Саранск за 2007-2009 гг., классифицируемых по массовой доле жира**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование кисломолочных продуктов | | 2007 год | | | | | | | | 2008 год | | | | | | | 2009 год | | | | | | | | Отклонение (+; - ) | | | | Темпы роста | | | |
| сумма, тыс. руб. | | | | % | | | |
| Поступило | | | | Реализовано | | | | Поступило | | | | Реализовано | | | Поступило | | | | Реализовано | | | | 2009г к 2007г | | 2009г к 2008г | | 2009г к  2007г | | 2009г к 2008г | |
| Сумма, тыс. руб. | | Уд. вес, % | | Сумма, тыс. руб. | | Уд. вес, % | | Сумма, тыс. руб. | Уд. вес, % | | | Сумма, тыс. руб. | Уд. вес, % | | Сумма, тыс. руб. | | Уд. вес, % | | Сумма, тыс. руб. | | Уд. вес, % | |
| 1 | | 2 | | 3 | | 4 | | 5 | | 6 | 7 | | | 8 | 9 | | 10 | | 11 | | 12 | | 13 | | 14 | | 15 | | 16 | | 17 | |
| Нежирные, низкожирные | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Йогурт "Альпенгурт" 0,3% | | 12,1 | | 5,5 | | 13,7 | | 5,5 | | 16,2 | 6,6 | | | 18,3 | 6,6 | | 21,0 | | 7,7 | | 23,7 | | 7,7 | | 10,0 | | 5,4 | | 173,0 | | 129,5 | |
| Йогурт "Эрмигурт" 1,2% | | 19,2 | | 8,7 | | 21,7 | | 8,7 | | 20,2 | 8,2 | | | 22,8 | 8,2 | | 26,1 | | 9,6 | | 29,5 | | 9,6 | | 7,8 | | 6,7 | | 136,0 | | 129,4 | |
| Йогурт "Услада" 1,2% | | 13,7 | | 6,2 | | 15,5 | | 6,2 | | 18,9 | 7,7 | | | 21,4 | 7,7 | | 23,0 | | 8,5 | | 26,0 | | 8,5 | | 10,5 | | 4,6 | | 167,7 | | 121,5 | |
| Йогурт "Летний день" 1,5% | | 33,8 | | 15,3 | | 38,2 | | 15,3 | | 38,4 | 15,6 | | | 43,4 | 15,6 | | 40,5 | | 14,9 | | 45,8 | | 14,9 | | 7,6 | | 2,4 | | 119,9 | | 105,5 | |
| Йогурт "Биобаланс" 1,5% | | 54,8 | | 24,9 | | 61,9 | | 24,9 | | 59,6 | 24,1 | | | 67,3 | 24,1 | | 63,3 | | 23,3 | | 71,5 | | 23,3 | | 9,6 | | 4,2 | | 115,5 | | 106,2 | |
| Итого: | | 133,6 | | 60,6 | | 151,0 | | 60,6 | | 153,3 | 62,1 | | | 173,2 | 62,1 | | 173,9 | | 64,1 | | 196,5 | | 64,0 | | 45,5 | | 23,3 | | 130,1 | | 113,5 | |
| Кефир "Село луговое" 1% | | 30,8 | | 14,0 | | 34,8 | | 14,0 | | 33,8 | 13,7 | | | 38,2 | 13,7 | | 36,0 | | 13,2 | | 40,7 | | 13,2 | | 5,9 | | 2,5 | | 117,0 | | 106,5 | |
| Кефир "Биобаланс" 1% | | 55,9 | | 25,4 | | 63,2 | | 25,4 | | 59,8 | 24,2 | | | 67,6 | 24,2 | | 61,8 | | 22,7 | | 69,8 | | 22,7 | | 6,6 | | 2,2 | | 110,4 | | 103,3 | |
| Итого: | | 86,7 | | 39,4 | | 98,0 | | 39,4 | | 93,6 | 37,9 | | | 105,8 | 37,9 | | 97,8 | | 35,9 | | 110,5 | | 35,9 | | 12,5 | | 4,7 | | 113,7 | | 104,9 | |
| Итого по нежирным, низкожирным кисломолочным продуктам | | 220,3 | | 100 | | 248,9 | | 100 | | 246,9 | 100 | | | 279,0 | 100 | | 271,7 | | 100 | | 307,0 | | 100 | | 51,0 | | 28,0 | | 134,2 | | 114,6 | |
| Жирные | |  | |  | |  | |  | |  |  | | |  |  | |  | |  | |  | |  | |  | |  | |  | |  | |
| Йогурт "Фругурт" 2,5% | | 15,9 | | 4,2 | | 18,0 | | 4,2 | | 20,6 | 4,9 | | | 23,3 | 4,9 | | 23,2 | | 5,2 | | 26,2 | | 5,2 | | 8,2 | | 2,9 | | 145,5 | | 112,4 | |
| Йогурт "Чудо" 2,5% | | 18,0 | | 4,8 | | 20,4 | | 4,8 | | 19,8 | 4,7 | | | 22,4 | 4,7 | | 22,0 | | 5,0 | | 24,9 | | 5,0 | | 4,5 | | 2,5 | | 122,0 | | 111,2 | |
| Йогурт "Простоквашино" 2,5% | | 59,5 | | 15,7 | | 67,2 | | 15,7 | | 66,5 | 15,9 | | | 75,2 | 15,9 | | 70,9 | | 16,0 | | 80,1 | | 16,0 | | 12,9 | | 9,2 | | 119,2 | | 106,5 | |
| Итого: | | 93,4 | | 24,7 | | 105,5 | | 24,7 | | 106,9 | 25,5 | | | 120,8 | 25,5 | | 116,1 | | 26,2 | | 131,2 | | 26,2 | | 25,7 | | 10,4 | | 124,4 | | 108,6 | |
| Творог "Биобаланс" 2% | | 37,5 | | 9,9 | | 42,4 | | 9,9 | | 40,5 | 9,7 | | | 45,8 | 9,7 | | 41,2 | | 9,3 | | 46,6 | | 9,3 | | 4,2 | | 0,8 | | 109,9 | | 101,7 | |
| Итого: | | 37,5 | | 9,9 | | 42,4 | | 9,9 | | 40,5 | 9,7 | | | 45,8 | 9,7 | | 41,2 | | 9,3 | | 46,6 | | 9,3 | | 4,2 | | 0,8 | | 109,9 | | 101,7 | |
| Ряженка "Село луговое" 2,5% | | 34,2 | | 9,0 | | 38,6 | | 9,0 | | 38,7 | 9,2 | | | 43,7 | 9,2 | | 39,8 | | 9,0 | | 45,0 | | 9,0 | | 6,4 | | 1,3 | | 116,6 | | 103,0 | |
| Итого: | | 34,2 | | 9,0 | | 38,6 | | 9,0 | | 38,7 | 9,2 | | | 43,7 | 9,2 | | 39,8 | | 9,0 | | 45,0 | | 9,0 | | 6,4 | | 1,3 | | 116,6 | | 103,0 | |
| Кефир "Село луговое" 2,5% | | 49,0 | | 12,9 | | 55,4 | | 12,9 | | 52,7 | 12,6 | | | 59,6 | 12,6 | | 54,9 | | 12,4 | | 62,0 | | 12,4 | | 6,6 | | 2,4 | | 111,9 | | 104,0 | |
| Кефир "Биобаланс" 2,5% | | 56,1 | | 14,8 | | 63,4 | | 14,8 | | 60,9 | 14,5 | | | 68,8 | 14,5 | | 65,2 | | 14,7 | | 73,7 | | 14,7 | | 10,3 | | 4,9 | | 116,2 | | 107,1 | |
| Кефир "Простокваши-но" 2,5% | | 53,4 | | 14,1 | | 60,4 | | 14,1 | | 58,7 | 14,0 | | | 66,3 | 14,0 | | 60,5 | | 13,7 | | 68,4 | | 13,7 | | 8,0 | | 2,1 | | 113,2 | | 103,2 | |
| Кефир "Простокваши-но" 3,2% | | 55,0 | | 14,5 | | 62,15 | | 14,5 | | 60,5 | 14,4 | | | 68,4 | 14,4 | | 65,4 | | 14,8 | | 73,9 | | 14,8 | | 11,8 | | 5,5 | | 118,9 | | 108,0 | |
| Итого: | | 213,5 | | 56,4 | | 241,3 | | 56,4 | | 232,8 | 55,6 | | | 263,1 | 55,6 | | 246,0 | | 55,5 | | 278,0 | | 55,5 | | 36,7 | | 14,9 | | 115,2 | | 105,7 | |
| Итого по жирным кисломолочным продуктам: | | 378,6 | | 100 | | 427,8 | | 100 | | 418,9 | 100 | | | 473,4 | 100 | | 443,1 | | 100 | | 500,7 | | 100 | | 59,7 | | 31,6 | | 119,3 | | 106,4 | |
| Повышенной жирности | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Масса творожная "Простокваши-но" 16,5% | 40,3 | | 10,7 | | 45,5 | | 10,7 | | 46,2 | | | 10,9 | 52,1 | | | 10,9 | | 49,1 | | 10,7 | | 55,5 | | 10,7 | | 10 | | 3,4 | | 122,0 | | 106,5 |
| Итого: | 40,3 | | 10,7 | | 45,5 | | 10,7 | | 46,2 | | | 10,9 | 52,1 | | | 10,9 | | 49,1 | | 10,7 | | 55,5 | | 10,7 | | 10 | | 3,4 | | 122,0 | | 106,5 |
| Сметана 20% (200г)"Летний день" | 38,0 | | 10,2 | | 42,9 | | 10,2 | | 42,1 | | | 10,0 | 47,6 | | | 10,0 | | 48,0 | | 10,5 | | 54,2 | | 10,5 | | 11,3 | | 6,6 | | 126,3 | | 113,9 |
| Сметана 20% (500г)"Село луговое" | 42,3 | | 11,3 | | 47,8 | | 11,3 | | 46,0 | | | 10,9 | 52,0 | | | 10,9 | | 47,0 | | 10,3 | | 53,1 | | 10,3 | | 5,3 | | 1,1 | | 111,1 | | 102,1 |
| Сметана 20% (500г)"Летний день" | 37,6 | | 10,0 | | 42,5 | | 10,0 | | 43,6 | | | 10,3 | 49,3 | | | 10,3 | | 45,8 | | 10,0 | | 51,8 | | 10,0 | | 9,3 | | 2,5 | | 121,9 | | 105,1 |
| Итого: | 117,9 | | 31,5 | | 133,2 | | 31,5 | | 130,8 | | | 31,2 | 147,8 | | | 31,2 | | 140,8 | | 30,8 | | 159,1 | | 30,8 | | 25,9 | | 11,3 | | 119,5 | | 107,7 |
| Йогурт "Услада" 4,7% | 14,4 | | 3,8 | | 16,3 | | 3,8 | | 18,4 | | | 4,4 | 20,8 | | | 4,4 | | 21,6 | | 4,7 | | 24,4 | | 4,7 | | 8,1 | | 3,6 | | 149,7 | | 117,3 |
| Йогурт "Альпенгурт" 7,5% | 12,8 | | 3,4 | | 14,5 | | 3,4 | | 18,6 | | | 4,4 | 21,0 | | | 4,4 | | 22,4 | | 4,9 | | 25,3 | | 4,9 | | 10,8 | | 4,3 | | 174,5 | | 120,5 |
| Итого: | 27,2 | | 7,2 | | 30,7 | | 7,2 | | 37,0 | | | 8,8 | 41,8 | | | 8,8 | | 44,0 | | 9,6 | | 49,7 | | 9,6 | | 18,9 | | 7,9 | | 162,1 | | 118,9 |
| Творог "Летний день" 5% | 41,2 | | 11,0 | | 46,6 | | 11,0 | | 44,3 | | | 10,5 | 50,1 | | | 10,5 | | 50,6 | | 11,0 | | 57,8 | | 11,0 | | 11,2 | | 7,7 | | 124,0 | | 115,4 |
| Творог "Летний день" 9% | 41,6 | | 11,1 | | 47,0 | | 11,1 | | 45,4 | | | 10,8 | 51,3 | | | 10,8 | | 47,3 | | 10,3 | | 53,4 | | 10,3 | | 6,4 | | 2,1 | | 113,6 | | 104,1 |
| Творог "Простокваши-но" 9% | 34,6 | | 9,2 | | 39,0 | | 9,2 | | 36,4 | | | 8,6 | 41,1 | | | 8,6 | | 39,2 | | 8,6 | | 44,3 | | 8,6 | | 5,3 | | 3,2 | | 113,6 | | 107,8 |
| Итого: | 117,4 | | 31,3 | | 132,7 | | 31,3 | | 126,1 | | | 29,9 | 142,5 | | | 29,9 | | 137,1 | | 29,9 | | 155,0 | | 29,9 | | 22,9 | | 13,0 | | 116,8 | | 108,8 |
| Ряженка 4% "Летний день" /"Доктор Бранд" | 30,6 | | 8,2 | | 34,6 | | 8,2 | | 33,7 | | | 8,0 | 38,1 | | | 8,0 | | 35,8 | | 7,8 | | 40,5 | | 7,8 | | 5,9 | | 2,4 | | 117,1 | | 106,3 |
| Итого: | 30,6 | | 8,2 | | 34,6 | | 8,2 | | 33,7 | | | 8,0 | 38,1 | | | 8,0 | | 35,8 | | 7,8 | | 40,5 | | 7,8 | | 5,9 | | 2,4 | | 117,1 | | 106,3 |
| Сырок глазированный "Простокваши-но" 23% | 41,9 | | 11,2 | | 47,3 | | 11,2 | | 48,2 | | | 11,4 | 54,5 | | | 11,4 | | 50,6 | | 11,0 | | 57,2 | | 11,0 | | 9,9 | | 2,7 | | 120,9 | | 105,0 |
| Итого: | 41,9 | | 11,2 | | 47,3 | | 11,2 | | 48,2 | | | 11,4 | 54,5 | | | 11,4 | | 50,6 | | 11,0 | | 57,2 | | 11,0 | | 9,9 | | 2,7 | | 120,9 | | 105,0 |
| Итого по кисломолочным продуктам повышенной жирности | 375,3 | | 100 | | 424,0 | | 100 | | 422,9 | | | 100 | 477,9 | | | 100 | | 458,0 | | 100 | | 517,5 | | 100 | | 93,5 | | 39,6 | | 126,8 | | 109,5 |
| Всего: | 973,4 | |  | | 1100,0 | |  | | 1088,6 | | |  | 1230,0 | | |  | | 1168,2 | |  | | 1320,0 | | 100 | | 220,0 | | 90,0 | | 126,8 | | 110,2 |

По данным таблицы 10 можно сделать вывод, что в магазине "Анна", г. Саранск реализуется 2 вида нежирных и низкожирных продуктов, к которым относится йогурт и кефир различных торговых марок.

Наибольший удельный вес занимают йогурт и кефир торговой марки "Биобаланс". В 2007 году йогурта "Биобаланс" было реализовано на 61,9 тыс. руб. или 24,9%; по сравнению с 2008 годом в 2008 году сумма реализации была меньше на 4,2 тыс. руб., что составило 67,3 тыс. руб. или 24,1%; в 2009 году по сравнению с 2007 годом сумма реализации увеличилась и составила 71,5 тыс. руб. Темп роста в 2009 году по отношению к 2007 году составил 115,5%, а по отношению к 2008 году - 106,2%. Кефира "Биобаланс" в 2007 году было реализовано на 1,3 тыс. руб. больше чем йогурта, что составило 63,2 тыс. руб. или 25,4%; в 2008 году по сравнению с 2007 годом кефира реализовано больше на 4,4 тыс. руб., что составило 67,6 тыс. руб. или 24,2%; в 2009 году по отношению к 2008 году сумма реализации увеличилась на 2,2 тыс. руб. и составила 69,8 тыс. руб. или 22,7%.

Наименьший удельный вес из нежирных и низкожирных кисломолочных продуктов приходится на йогурт торговых марок "Услада", "Альпенгурт", "Эрмигурт". Сумма реализации йогурта "Услада" составила в 2007 году - 15,5 тыс. руб. или 6,2%, что по сравнению с 2009 годом меньше на 10,5 тыс. руб.; в 2008 году сумма реализации увеличилась и составила 21,4 тыс. руб.; в 2009 году по сравнению с 2007 годом сумма реализации увеличилась на 6,6 тыс. руб. и составила 26,0 тыс. руб. Йогурт "Альпенгурт" был реализован в 2007 году на 13,7 тыс. руб. или 5,5%, что на 4,6 тыс. руб. меньше чем в 2008 году; в 2008 году реализация составила 18,3 тыс. руб. или 6,6%, что на 5,4 тыс. руб. меньше чем в 2009 году; в 2009 году реализация составила 23,7 тыс. руб. или 7,7%.

Реализация йогурта "Эрмигурт" составила в 2007 году - 21,7 тыс. руб. или 8,7%; в 2008 году произошло увеличение на 1,0 тыс. руб. по сравнению с 2007 годом и сумма реализации составила - 22,8 тыс. руб. или 8,2%; в 2009 году йогурта "Эрмигурт" было реализовано на 29,5 тыс. руб. или 9,6%.

В магазине "Анна", г. Саранск реализуется 4 вида жирных кисломолочных продуктов, таких как йогурт, творог, ряженка, кефир.

Наибольший удельный вес из жирных продуктов занимает кефир торговых марок "Простоквашино" и "Биобаланс" и йогурт "Простоквашино". Так йогурта "Простоквашино" было реализовано в 2007 году на 67,2 тыс. руб. или 15,7% от общей суммы реализации жирных продуктов, что на 8,0 тыс. руб. меньше чем в 2008 году; в 2008 году йогурта было реализовано на 75,2 тыс. руб., что на 9,2 тыс. руб. меньше чем в 2009 году, удельный вес составил 15,9%; в 2009 году реализация йогурта составила 80,1 тыс. руб. или 16,0%.

Наименьший удельный вес из жирных кисломолочных продуктов приходится на йогурт "Фругурт", которого было реализовано в 2007 году на 18,0 тыс. руб. или 4,2% от общей суммы реализации жирных продуктов, что на 8,2 тыс. руб. меньше чем в 2009 году и на 5,3 тыс. руб. меньше чем в 2008 году; в 2008 году реализация йогурта "Фругурт" составила 23,3 тыс. руб. или 4,9%; в 2008 году сумма реализации увеличилась по отношению к 2007 году на 8,2 тыс. руб., по отношению к 2008 году на 2,9 тыс. руб. и составила на 26, 2 тыс. руб. или 5,2%. Темп роста в 2009 году по отношению к 2007 году составил145,5%, по отношению к 2008 году - 112,4%.

Из продуктов повышенной жирности в магазине "Анна", г. Саранск реализуется 6 видов кисломолочных продуктов, таких как йогурт, творог, ряженка, масса творожная, сметана, сырок глазированный.

Наибольший удельный вес занимают сметана "Село луговое", сырок глазированный и масса творожная торговой марки "Простоквашино", творог и сметана торговой марки "Летний день". Доля этих продуктов составила около 70 % от общей реализации продуктов повышенной жирности. Так, самый больший удельный вес приходится на сметану "село луговое", которой было реализовано в 2007 г.47,8 тыс. руб., что составляет 11,3%, в 2008 г. удельный вес изменился и составил 10,9% или 52,0 тыс. руб., в 2009 г. - удельный вес уменьшился и составил 10,3% или 53,1 тыс. руб., что на 5,3 тыс. руб. больше, чем в 2007 г. и на 1,1 тыс. руб. больше, чем в 2008 г.

Наименьший удельный вес занимает йогурт "Альпенгурт" с суммой реализации в 2007 г.14,5 тыс. руб., что составляет 3,4%, в 2008 г. удельный вес изменился и составил 4,4% или 21,0 тыс. руб., в 2009 г. - удельный вес увеличился на 0,5% и составил 4,9% или 25,3 тыс. руб., что на 10,8 тыс. руб. больше, чем в 2007 г. и на 4,3 тыс. руб. больше, чем в 2008 г.

Анализ ассортимента кисломолочных продуктов, классифицируемых по торговым маркам, на примере магазина "Анна", г. Саранск представлен в таблице 11.

**Таблица 11 - Анализ ассортимента кисломолочных продуктов на примере магазина "Анна", г. Саранск за ё**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование кисломолочных продуктов | 2007 год | | | | | | 2008 год | | | | | | | 2009 год | | | | | | | | | Отклонение (+; - ) | | | Темпы роста | |
| сумма, тыс. руб. | | | % | |
| Поступило | | | Реализовано | | | Поступило | | | | Реализовано | | | Поступило | | | | Реализовано | | | | | 2009г к 2007г | | 2009г к 2008г | 2009г к  2007г | 2009г к 2008г |
| Сумма, тыс. руб. | Уд. вес, % | | Сумма, тыс. руб. | Уд. вес, % | | Сумма, тыс. руб. | | Уд. вес, % | | Сумма, тыс. руб. | | Уд. вес, % | Сумма, тыс. руб. | | Уд. вес, % | | Сумма, тыс. руб. | | | Уд. вес, % | |
| 1 | 2 | 3 | | 4 | 5 | | 6 | | 7 | | 8 | | 9 | 10 | | 11 | | 12 | | | 13 | | 14 | | 15 | 16 | 17 |
| "Услада" | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Йогурт 1,2%, (400г) | 13,7 | 48,8 | | 15,5 | 48,8 | | 18,9 | | 50,7 | | 21,4 | | 50,7 | 23,0 | | 51,6 | | 26,0 | | | 51,6 | | 10,5 | 4,6 | | 167,7 | 121,5 |
| Йогурт 4,7%, (100г) | 14,4 | 51,2 | | 16,3 | 51,2 | | 18,4 | | 49,1 | | 20,8 | | 49,1 | 21,6 | | 48,4 | | 24,4 | | | 48,4 | | 8,1 | 3,6 | | 149,7 | 117,3 |
| Итого: | 28,1 | 100 | | 31,8 | 100 | | 37,7 | | 100 | | 42,2 | | 100 | 44,6 | | 100 | | 50,4 | | | 100 | | 18,6 | 8,2 | | 158,7 | 119,4 |
| "Альпенгурт" | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Йогурт 0,3% | 12,1 | 48,6 | | 13,7 | 48,6 | | 16,2 | | 46,6 | | 18,3 | | 46,6 | 21,0 | | 48,4 | | 23,7 | | | 48,4 | | 10 | 5,4 | | 173,0 | 129,5 |
| Йогурт 7,5% | 12,8 | 51,4 | | 14,5 | 51,4 | | 18,6 | | 53,4 | | 21,0 | | 53,4 | 22,4 | | 51,6 | | 25,3 | | | 51,6 | | 10,8 | 4,3 | | 174,5 | 120,5 |
| Итого: | 24,9 | 100 | | 28,2 | 100 | | 34,8 | | 100 | | 39,3 | | 100 | 43,4 | | 100 | | 49,0 | | | 100 | | 20,8 | 9,7 | | 173,8 | 125,0 |
| "Фругурт" | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Йогурт 2,5% | 15,9 | 100 | | 18,0 | 100 | | 20,6 | | 100 | | 23,3 | | 100 | 23,2 | | 100 | | 26,2 | | | 100 | | 8,2 | 2,9 | | 145,5 | 112,4 |
| Итого: | 15,9 | 100 | | 18,0 | 100 | | 20,6 | | 100 | | 23,3 | | 100 | 23,2 | | 100 | | 26,2 | | | 100 | | 8,2 | 2,9 | | 145,5 | 112,4 |
| "Чудо" | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Йогурт 2,5% | 18,0 | 100 | | 20,4 | 100 | | 19,8 | | 100 | | 22,4 | | 100 | 22,0 | | 100 | | 24,9 | | | 100 | | 4,5 | 2,5 | | 122,0 | 111,2 |
| Итого: | 18,0 | 100 | | 20,4 | 100 | | 19,8 | | 100 | | 22,4 | | 100 | 22,0 | | 100 | | 24,9 | | | 100 | | 4,5 | 2,5 | | 122,0 | 111,2 |
| "Эрмигурт" | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Йогурт 1,2% | 19,2 | 100 | | 21,7 | 100 | | 20,2 | | 100 | | 22,8 | | 100 | 26,1 | | 100 | | 29,5 | | | 100 | | 7,8 | 6,7 | | 136,0 | 129,4 |
| Итого: | 19,2 | 100 | | 21,7 | 100 | | 20,2 | | 100 | | 22,8 | | 100 | 26,1 | | 100 | | 29,5 | | | 100 | | 7,8 | 6,7 | | 136,0 | 129,4 |
| "Биобаланс" | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Кефир 1% | 55,9 | 27,4 | 63,2 | | | 27,4 | 59,8 | 27,1 | | 67,6 | | 27,1 | | | 61,8 | | 26,7 | | 69,8 | 26,7 | | 6,6 | | 2,2 | | 110,4 | 103,3 |
| Кефир 2,5% | 56,1 | 27,5 | 63,4 | | | 27,5 | 60,9 | 27,6 | | 68,8 | | 27,6 | | | 65,2 | | 28,2 | | 73,7 | 28,2 | | 10,3 | | 4,9 | | 116,2 | 107,1 |
| Итого: | 112,0 | 54,9 | 126,6 | | | 54,9 | 120,7 | 54,7 | | 136,4 | | 54,7 | | | 127,0 | | 54,9 | | 143,5 | 54,9 | | 16,9 | | 7,1 | | 113,3 | 105,2 |
| Йогурт 1,5% | 54,8 | 26,8 | 61,9 | | | 26,8 | 59,6 | 27,0 | | 67,3 | | 27,0 | | | 63,3 | | 27,3 | | 71,5 | 27,3 | | 9,6 | | 4,2 | | 115,5 | 106,2 |
| Итого: | 54,8 | 26,8 | 61,9 | | | 26,8 | 59,6 | 27,0 | | 67,3 | | 27,0 | | | 63,3 | | 27,3 | | 71,5 | 27,3 | | 9,6 | | 4,2 | | 115,5 | 106,2 |
| Творог 2% | 37,5 | 18,4 | 42,4 | | | 18,4 | 40,5 | 18,3 | | 45,8 | | 18,3 | | | 41,2 | | 17,8 | | 46,6 | 17,8 | | 4,2 | | 0,8 | | 109,9 | 101,7 |
| Итого: | 37,5 | 18,4 | 42,4 | | | 18,4 | 40,5 | 18,3 | | 45,8 | | 18,3 | | | 41,2 | | 17,8 | | 46,6 | 17,8 | | 4,2 | | 0,8 | | 109,9 | 101,7 |
| Итого по торговой марке "Биобаланс": | 204,3 | 100 | 230,9 | | | 100 | 220,8 | 100 | | 249,5 | | 100 | | | 231,5 | | 100 | | 261,6 | 100 | | 30,7 | | 12,1 | | 113,0 | 104,6 |
| "Простоквашино" |  |  |  | | |  |  |  | |  | |  | | |  | |  | |  |  | |  | |  | |  |  |
| Творог 9% | 34,6 | 12,2 | 39,0 | | | 12,2 | 36,4 | 11,5 | | 41,1 | | 11,5 | | | 39,2 | | 11,7 | | 44,3 | 11,7 | | 5,3 | | 3,2 | | 113,6 | 107,8 |
| Итого: | 34,6 | 12,2 | 39,0 | | | 12,2 | 36,4 | 11,5 | | 41,1 | | 11,5 | | | 39,2 | | 11,7 | | 44,3 | 11,7 | | 5,3 | | 3,2 | | 113,6 | 107,8 |
| Йогурт 2,5% | 59,5 | 20,9 | 67,2 | | | 20,9 | 66,5 | 21,0 | | 75,2 | | 21,0 | | | 70,9 | | 21,1 | | 80,1 | 21,1 | | 12,9 | | 9,2 | | 119,2 | 106,5 |
| Итого: | 59,5 | 20,9 | 67,2 | | | 20,9 | 66,5 | 21,0 | | 75,2 | | 21,0 | | | 70,9 | | 21,1 | | 80,1 | 21,1 | | 12,9 | | 9,2 | | 119,2 | 106,5 |
| Кефир 2,5%, | 53,4 | 18,8 | 60,4 | | | 18,8 | 58,7 | 18,5 | | 66,3 | | 18,5 | | | 60,5 | | 18,0 | | 68,4 | 18,0 | | 8,0 | | 2,1 | | 113,2 | 103,2 |
| Кефир 3,2%, | 55,0 | 19,3 | 62,2 | | | 19,3 | 60,5 | 19,1 | | 68,4 | | 19,1 | | | 65,4 | | 19,5 | | 73,9 | 19,5 | | 11,8 | | 5,5 | | 118,9 | 108,0 |
| Итого: | 108,4 | 38,1 | 122,6 | | | 38,1 | 119,2 | 37,6 | | 134,7 | | 37,6 | | | 125,9 | | 37,5 | | 142,3 | 37,5 | | 19,8 | | 7.6 | | 116,1 | 105,6 |
| Масса творожная 16,5% | 40,3 | 14,2 | 45,5 | | | 14,2 | 46,2 | 14,6 | | 52,1 | | 14,6 | | | 49,1 | | 14,6 | | 55,5 | 14,6 | | 10,0 | | 3,4 | | 122,0 | 106,5 |
| Итого: | 40,3 | 14,2 | 45,5 | | | 14,2 | 46,2 | 14,6 | | 52,1 | | 14,6 | | | 49,1 | | 14,6 | | 55,5 | 14,6 | | 10,0 | | 3,4 | | 122,0 | 106,5 |
| Сырок глазированный 23% | 41,9 | 14,7 | 47,3 | | | 14,7 | 48,2 | 15,2 | | 54,5 | | 15,2 | | | 50,6 | | 15,1 | | 57,2 | 15,1 | | 9,9 | | 2,7 | | 120,9 | 105,0 |
| Итого: | 41,9 | 14,7 | 47,3 | | | 14,7 | 48,2 | 15,2 | | 54,5 | | 15,2 | | | 50,6 | | 15,1 | | 57,2 | 15,1 | | 9,9 | | 2,7 | | 120,9 | 105,0 |
| Итого по торговой марке "Простокваши-но": | 284,7 | 100 | 321,7 | | | 100 | 316,5 | 100 | | 357,6 | | 100 | | | 335,7 | | 100 | | 379,3 | 100 | | 57,9 | | 26,1 | | 118,0 | 106,2 |
| "Летний день" |  |  |  | | |  |  |  | |  | |  | | |  | |  | |  |  | |  | |  | |  |  |
| Творог 5% | 41,2 | 18,5 | 46,6 | | | 18,5 | 44,3 | 17,9 | | 50,1 | | 17,9 | | | 50,6 | | 18,9 | | 57,8 | 18,9 | | 11,2 | | 7,7 | | 124,0 | 115,4 |
| Творог 9% | 41,6 | 18,7 | 47,0 | | | 18,7 | 45,4 | 18,3 | | 51,3 | | 18,3 | | | 47,3 | | 17,6 | | 53,4 | 17,6 | | 6,4 | | 2,1 | | 113,6 | 104,1 |
| Итого: | 82,8 | 37,2 | 93,6 | | | 37,2 | 89,7 | 36,2 | | 101,4 | | 36,2 | | | 97,9 | | 36,5 | | 111,2 | 36,5 | | 17,8 | | 9,8 | | 118,8 | 109,8 |
| Йогурт 1,5% | 33,8 | 15,2 | 38,2 | | | 15,2 | 38,4 | 15,5 | | 43,4 | | 15,5 | | | 40,5 | | 15,1 | | 45,8 | 15,1 | | 7,6 | | 2,4 | | 119,9 | 105,5 |
| Итого: | 33,8 | 15,2 | 38,2 | | | 15,2 | 38,4 | 15,5 | | 43,4 | | 15,5 | | | 40,5 | | 15,1 | | 45,8 | 15,1 | | 7,6 | | 2,4 | | 119,9 | 105,5 |
| Сметана (200г) 20% | 38,0 | 17,1 | 42,9 | | | 17,1 | 42,1 | 17,0 | | 47,6 | | 17,0 | | | 48,0 | | 17,9 | | 54,2 | 17,9 | | 11,3 | | 6,6 | | 126,3 | 113,9 |
| Сметана (500г) 20% | 37,6 | 16,9 | 42,5 | | | 16,9 | 43,6 | 17,6 | | 49,3 | | 17,6 | | | 45,8 | | 17,1 | | 51,8 | 17,1 | | 9,3 | | 2,5 | | 121,9 | 105,1 |
| Итого: | 75,6 | 34,0 | 85,4 | | | 34,0 | 85,7 | 34,6 | | 96,9 | | 34,6 | | | 93,8 | | 35,0 | | 106,0 | 35,0 | | 20,6 | | 9,1 | | 124,1 | 109,5 |
| Ряженка 4% | 30,6 | 13,7 | 34,6 | | | 13,7 | 33,7 | 13,6 | | 38,1 | | 13,6 | | | 35,8 | | 13,4 | | 40,5 | 13,4 | | 5,9 | | 2,4 | | 117,1 | 106,3 |
| Итого: | 30,6 | 13,7 | 34,6 | | | 13,7 | 33,7 | 13,6 | | 38,1 | | 13,6 | | | 35,8 | | 13,4 | | 40,5 | 13,4 | | 5,9 | | 2,4 | | 117,1 | 106,3 |
| Итого по торговой марке "Летний день" | 222,8 | 100 | 251,8 | | | 100 | 247,5 | 100 | | 279,7 | | 100 | | | 268,0 | | 100 | | 302,8 | 100 | | 51,5 | | 23,7 | | 120,5 | 108,4 |
| "Село луговое" |  |  |  | | |  |  |  | |  | |  | | |  | |  | |  |  | |  | |  | |  |  |
| Ряженка 2,5% | 34,2 | 21,9 | 38,6 | | | 21,9 | 38,7 | 22,6 | | 43,7 | | 22,6 | | | 39,8 | | 22,4 | | 45,0 | 22,4 | | 6,4 | | 1,3 | | 116,6 | 103,0 |
| Итого: | 34,2 | 21,9 | 38,6 | | | 21,9 | 38,7 | 22,6 | | 43,7 | | 22,6 | | | 39,8 | | 22,4 | | 45,0 | 22,4 | | 6,4 | | 1,3 | | 116,6 | 103,0 |
| Сметана 20% | 42,3 | 27,1 | 47,8 | | | 27,1 | 46,0 | 26,9 | | 52,0 | | 26,9 | | | 47,0 | | 26,4 | | 53,1 | 26,4 | | 5,3 | | 1,1 | | 111,1 | 102,1 |
| Итого: | 42,3 | 27,1 | 47,8 | | | 27,1 | 46,0 | 26,9 | | 52,0 | | 26,9 | | | 47,0 | | 26,4 | | 53,1 | 26,4 | | 5,3 | | 1,1 | | 111,1 | 102,1 |
| Кефир 1% | 30,8 | 19,7 | 34,8 | | | 19,7 | 33,8 | 19,7 | | 38,2 | | 19,7 | | | 36,0 | | 20,3 | | 40,7 | 20,3 | | 5,9 | | 2,5 | | 117,0 | 106,5 |
| Кефир 2,5% | 49,0 | 31,3 | 55,4 | | | 31,3 | 52,7 | 30,8 | | 59,6 | | 30,8 | | | 54,9 | | 30,9 | | 62,0 | 30,9 | | 6,6 | | 2,4 | | 111,9 | 104,0 |
| Итого: | 79,8 | 51,0 | 90,2 | | | 51,0 | 86,5 | 50,5 | | 97,8 | | 50,5 | | | 90,9 | | 51,2 | | 102,7 | 51,2 | | 12,5 | | 4,9 | | 114,5 | 105,3 |
| Итого по торговой марке "Село луговое" | 156,3 | 100 | 176,6 | | | 100 | 171,2 | 100 | | 193,5 | | 100 | | | 177,7 | | 100 | | 200,8 | 100 | | 24,2 | | 7,3 | | 114,2 | 103,9 |
| Всего: | 973,4 |  | 1100,0 | | |  | 1088,6 |  | | 1230,0 | |  | | | 1168,2 | |  | | 1320,0 |  | | 223,5 | | 68,8 | | 126,8 | 110,2 |

По данным таблицы 11 можно сделать вывод, что из кисломолочных продуктов торговой марки "Простоквашино", которые пользуются наибольшим спросом у потребителей, наибольший удельный вес реализации приходится на йогурт. Йогурта "Простоквашино" было реализовано в 2007 году на 67,2 тыс. руб. или 20,9% от общей реализации кисломолочных продуктов торговой марки "Простоквашино", что на 12,9 тыс. руб. меньше чем в 2009 году и на 9,0 тыс. руб. меньше чем в 2008 году; в 2008 году сумма реализации составила 75,2 тыс. руб. или 21,0%; по сравнению с 2007 годом в 2009 году йогурта было реализовано на 12,9 тыс. руб. больше, что составило 80,1 тыс. руб., по отношению к 2008 году разница составила 9,2 тыс. руб. Темп роста в 2009 году по отношению к 2007 году составил 119,2%, по отношению к 2008 году 106,5%.

Наименьший удельный вес из продуктов торговой марки "Простоквашино" приходится на творог, которого в 2007 году было реализовано на 39,0 тыс. руб., по сравнению с 2007 годом реализация увеличилась на 2,1 тыс. руб. и составила в 2008 году 41,1 тыс. руб., в 2009 году творога было реализовано на 44,3 тыс. руб. или 11,7%, что на 5,3 тыс. руб. больше чем в 2007 году и на 3,2 тыс. руб. больше чем в 2008 году. Темп роста по отношению к 2007 году в 2009 году составил113,6%; по сравнению с 2008 годом - 107,8%

Из кисломолочных продуктов торговой марки "Летний день" наибольшую долю реализации занимает творог. Удельный вес реализации творога 9% жирности составил в 2007 году 18,7% от общей суммы реализации кисломолочных товаров торговой марки "Летний день" или 47,0 тыс. руб., что на 6,4 тыс. руб. меньше чем в 2009 году; в 2008 году удельный вес составил 18,3% или 51,3 тыс. руб., что на 2,1 тыс. руб. меньше чем в 2009 году и на 4,3 тыс. руб. больше чем в 2007 году; в 2009 году творога было реализовано на 17,6% или 53,4 тыс. руб. Темп роста в 2009 году по отношению к 2007 году составил 113,6%, по отношению к 2008 году 104,1%.

Наименьший удельный вес реализации из продуктов торговой марки "Летний день" приходится на ряженку, которой было реализовано в 2007 году на 34,6 тыс. руб. или13,7%, что на 5,9 тыс. руб. меньше чем в 2009 году; в 2008 году реализация увеличилась на 3,5 тыс. руб. по сравнению с 2007 годом и составила 38,1 тыс. руб. или 13,6%; в 2009 году ряженки было реализовано на 40,5 тыс. руб. или 13,4%, что на 2,4 тыс. руб. больше чем в 2008 году. Темп роста в 2009 году по отношению к 2007 году составил 117,1%, по отношению к 2008 году 106,3%

Из кисломолочных продуктов торговой марки "Село луговое" наибольший удельный вес реализации занимает кефир 2,5% жирности, сумма реализации которого составила в 2007 году - 55,4 тыс. руб. или 31,3%, в 2008 году сумма реализации увеличилась по сравнению с 2007 годом на 4, 2 тыс. руб., что составило 59,6 тыс. руб. или 30,8%; в 2008 году по отношению к 2007 году сумма реализации кефира увеличилась на 6,6 тыс. руб., по сравнению с 2008 годом на 2,4 тыс. руб. и составила 62,0 тыс. руб. или 30,9%. Темп роста в 2009 году по отношению к 2007 году составил 111,9%, по отношению к 2008 году 104,0%.

Наименьший удельный вес реализации из продуктов торговой марки "Село луговое" приходится на кефир 1% жирности, которого было реализовано в 2007 году на 34,8 тыс. руб. или 19,7%, что на 12,5 тыс. руб. меньше чем в 2009 году; в 2008 году по сравнению с 2007 годом сумма поставок увеличилась на 3,4 тыс. руб., что составило 38,2 тыс. руб. или 19,7%; в 2009 году по сравнению с 2008 годом реализация увеличилась на 2,5 тыс. руб. и составила 40,7 тыс. руб. или20,3%. Темп роста в 2008 году по отношению к 2007 году составил 114,5%, по отношению к 2008 году 105,3%.

Анализ структуры ассортимента кисломолочных продуктов на примере магазина "Анна", г. Саранск, классифицируемых по виду упаковки представлен в таблице 12.

**Таблица 12 - Анализ структуры ассортимента кисломолочных продуктов на примере магазина "Анна" г. Саранск за 2006-2008 гг., классифицируемых по виду упаковки**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование кисломолочных продуктов | 2006 год | | | | 2007 год | | | | 2008 год | | | | Отклонение (+; - ) | | Темпы роста | |
| сумма, тыс. руб. | | % | |
| Поступило | | Реализовано | | Поступило | | Реализовано | | Поступило | | Реализовано | | 2008г к 2006г | 2008г к 2007г | 2008г к  2006г | 2008гк 2007г |
| Сумма, тыс. руб. | Уд. вес, % | Сумма, тыс. руб. | Уд. вес, % | Сумма, тыс.  руб. | Уд. вес, % | Сумма, тыс. руб. | Уд. вес, % | Сумма, тыс. руб. | Уд. вес, % | Сумма, тыс. руб. | Уд. вес, % |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 |
| Кисломолочные напитки | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Кефир в FP/PP | 79,8 | 12,9 | 90,2 | 12,9 | 86,5 | 12,4 | 97,8 | 12,4 | 90,9 | 12,1 | 102,7 | 12,1 | 12,5 | 4,9 | 114,5 | 105,3 |
| Кефир в ПЭТ - бутылке | 220,4 | 35,6 | 249,1 | 35,6 | 239,9 | 34,5 | 271,1 | 34,5 | 252,9 | 33,6 | 285,8 | 33,6 | 36,7 | 14,7 | 114,7 | 105,4 |
| Ряженка  в PP/TR | 30,6 | 4,9 | 34,6 | 4,9 | 33,7 | 4,8 | 38,1 | 4,8 | 35,8 | 4, | 40,5 | 4,8 | 5,9 | 2,4 | 117,1 | 106,3 |
| Ряженка  в FP/PP | 34,2 | 5,5 | 38,6 | 5,5 | 38,7 | 5,6 | 43,7 | 5,6 | 39,8 | 5,3 | 45,0 | 5,3 | 6,4 | 1,3 | 116,6 | 103,0 |
| Йогурт  в FP/PP | 33,8 | 5,5 | 38,2 | 5,5 | 38,4 | 5,5 | 43,4 | 5,5 | 40,5 | 5,4 | 45,8 | 5,4 | 7,6 | 2,4 | 119,9 | 105,5 |
| Йогурт в ПЭТ - бутылке | 114,3 | 18,5 | 129,1 | 18,5 | 126,1 | 18,1 | 142,5 | 18,1 | 134,2 | 17,8 | 151,7 | 17,8 | 21,5 | 13,4 | 117,4 | 106,4 |
| Йогурт  в полистирольном стакане | 106,1 | 17,1 | 119,9 | 17,1 | 132,7 | 19,1 | 150,0 | 19,1 | 159,3 | 21,1 | 180,0 | 21,1 | 60,1 | 30,0 | 150,1 | 120,0 |
| Итого: | 619,2 | 100 | 699,8 | 100 | 695,9 | 100 | 786,4 | 100 | 753,4 | 100 | 851,2 | 100 | 151,4 | 64,8 | 121,6 | 108,2 |
| Сметана | | | | | | | | | | | | | | | | |
| в полистирольном стакане | 117,9 | 100 | 133,2 | 100 | 131,7 | 100 | 148,8 | 100 | 140,8 | 100 | 159,1 | 100 | 26,5 | 10,2 | 119,4 | 106,9 |
| Итого: | 117,9 | 100 | 133,2 | 100 | 131,7 | 100 | 148,8 | 100 | 140,8 | 100 | 159,1 | 100 | 26,5 | 10,2 | 119,4 | 106,9 |
| Творог и творожные изделия | | | | | | | | | | | | | | | |  |
| Творог  в кэшированной фольге | 82,8 | 34,9 | 93,6 | 34,9 | 89,7 | 34,4 | 101,4 | 34,4 | 97,9 | 35,7 | 111,2 | 35,7 | 17,8 | 9,8 | 118,8 | 109,8 |
| Творог  в кэшированной фольге | 82,8 | 34,9 | 93,6 | 34,9 | 89,7 | 34,4 | 101,4 | 34,4 | 97,9 | 35,7 | 111,2 | 35,7 | 17,8 | 9,8 | 118,8 | 109,8 |
| Творог в обрам | 72,1 | 30,4 | 81,4 | 30,4 | 76,9 | 29,5 | 86,9 | 29,5 | 80,4 | 29,3 | 90,9 | 29,3 | 9,5 | 4,0 | 111,8 | 104,8 |
| Масса творожная  в фольге | 40,3 | 17,0 | 45,5 | 17,0 | 46,2 | 17,7 | 52,1 | 17,7 | 49,1 | 17,9 | 55,5 | 17,9 | 10,0 | 3,4 | 122,0 | 106,5 |
| Сырок глазированный в кэшированной фольге | 41,9 | 17,7 | 47,3 | 17,7 | 48,2 | 18,5 | 54,5 | 18,5 | 50,6 | 18,5 | 57,2 | 18,5 | 9,9 | 2,7 | 120,9 | 105,0 |
| Итого: | 237,1 | 100 | 267,9 | 100 | 260,8 | 100 | 294,7 | 100 | 274,0 | 100 | 309,7 | 100 | 41,8 | 15,0 | 115,6 | 105,0 |
| Всего: | 973,4 |  | 1100,0 |  | 1088,6 |  | 1230,0 |  | 1168,2 |  | 1320,0 | 100 | 220,0 | 90,0 | 127,7 | 110,4 |

Как видно из таблицы 12 наибольшую долю реализации занимают продукты в ПЭТ упаковке, которых было реализовано в 2007 году на сумму 378,2 тыс. руб., что на 35,4 тыс. руб. меньше чем в 2008 году и на 59,2 тыс. руб. меньше, чем в 2009 году; в 2008 году реализация составила 413,6 тыс. руб., в 2009 году 437,4 тыс. руб.

Наименьшая доля реализации приходится на продукты в упаковке PP/TR, которая представляет собой бумажный пакет "домик". Продуктов в такой упаковке было реализовано в 2007 году всего на 34,6 тыс. руб., что составило 3,1% от общей суммы реализации кисломолочных продуктов, в 2008 году сумма реализации составила 38,1 тыс. руб., в 2009 году - 40,5 тыс. руб.

Продукции в полистирольном стакане в 2007 году было реализовано на сумму 253,1 тыс. руб., в 2008 году данная сумма увеличилась и составила 298,8 тыс. руб., отклонение 2009 года к 2008 году составило 40,3 тыс. руб.

Продукции в упаковке FP/PP, которая представляет собой пакет из полиэтиленовой пленки, в 2007 году было реализовано на 15,2% от общей суммы реализации кисломолочных продуктов, что составило 167,0 тыс. руб.; отклонение 2009 года по отношению к 2007 году составило 26,5 тыс. руб., отклонение 2009 года по отношению к 2008 году составило 8,7 тыс. руб.

Сумма реализации продукции в кэшированной фольге в 2007 году составила 186,4 тыс. руб., в 2008 году - 208,0 тыс. руб., отклонение 2009 года по отношению к 2008 году составило 15,3 тыс. руб. Темп роста 2009 года по отношению к 2007 году составил 119,8%; по отношению к 2008 году - 107,4%.

Так же небольшая доля реализации приходится на кисломолочные продукты в упаковке обрам, которая представляет собой полистирольную ванночку, которая легко и открывается и закрывается много раз. Такой продукции было реализовано, в среднем, на 7%.

Анализ ассортимент кисломолочных продуктов на примере магазина "Анна", г. Саранск, классифицируемых по виду упаковки представлен в таблице 13.

**Таблица 13 - Анализ ассортимента кисломолочных продуктов на примере магазина "Анна", г. Саранск за 2006-2008 гг., классифицируемый по виду упаковки**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование кисломолочных продуктов | 2007 год | | | | 2008 год | | | | 2009 год | | | | Отклонение (+; - ) | | Темпы роста, | |
| сумма, тыс. руб. | | % | |
| Поступило | | Реализовано | | Поступило | | Реализовано | | Поступило | | Реализовано | | 2009г к 2008г | 2009г к 2008г | 2009г к  2007г | 2009г к 2008г |
| Сумма, тыс. руб. | Уд. вес, % | Сумма, тыс. руб. | Уд. вес, % | Сумма, тыс. руб. | Уд. вес, % | Сумма, тыс. руб. | Уд. вес, % | Сумма, тыс. руб. | Уд. вес, % | Сумма, тыс. руб. | Уд. вес, % |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 |
| ПЭТ - бутылка | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Йогурт "Биобаланс" 1,5% | 54,8 | 16,4 | 61,9 | 16,4 | 59,6 | 16,3 | 67,3 | 16,3 | 63,3 | 16,4 | 71,5 | 16,4 | 9,6 | 4,2 | 115,5 | 106,2 |
| Йогурт "Простокваши-но" 2,5% | 59,5 | 17,8 | 67,2 | 17,8 | 66,5 | 18,2 | 75,2 | 18,2 | 70,9 | 18,3 | 80,1 | 18,3 | 12,9 | 9,2 | 119,2 | 106,5 |
| Итого: | 114,3 | 34,2 | 129,1 | 34,2 | 126,1 | 34,5 | 142,5 | 34,5 | 134,2 | 34,7 | 151,7 | 34,7 | 21,5 | 13,4 | 117,4 | 106,4 |
| Кефир "Биобаланс" 1% | 55,9 | 16,7 | 63,2 | 16,7 | 59,8 | 16,3 | 67,6 | 16,3 | 61,8 | 16,0 | 69,8 | 16,0 | 6,6 | 2,2 | 110,4 | 103,3 |
| Кефир "Простокваши-но" 2,5% | 53,4 | 15,9 | 60,4 | 15,9 | 58,7 | 16,6 | 66,3 | 16,6 | 60,5 | 15,6 | 68,4 | 15,6 | 8,0 | 2,1 | 113,2 | 103,2 |
| Кефир "Биоболанс" 2,5% | 56,1 | 16,8 | 63,4 | 16,8 | 60,9 | 16,6 | 68,8 | 16,6 | 65,2 | 16,8 | 73,7 | 16,8 | 10,3 | 4,9 | 116,2 | 107,1 |
| Кефир "Простокваши-но" 3,2% | 55,0 | 16,4 | 62,15 | 16,4 | 60,5 | 16,5 | 68,4 | 16,5 | 65,4 | 16,9 | 73,9 | 16,9 | 11,8 | 5,5 | 118,9 | 108,0 |
| Итого: | 220,4 | 65,8 | 249,1 | 65,8 | 239,9 | 65,5 | 271,1 | 65,5 | 252,9 | 65,3 | 285,8 | 65,3 | 36,7 | 14,7 | 114,7 | 105,4 |
| Итого в ПЭТ бутылке: | 334,7 | 100 | 378,2 | 100 | 366,0 | 100 | 413,6 | 100 | 387,1 | 100 | 437,4 | 100 | 59,2 | 28,1 | 115,6 | 105,7 |
| PP/TR |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Ряженка "Летний день" 4% | 30,6 | 8,2 | 34,6 | 8,2 | 33,7 | 8,0 | 38,1 | 8,0 | 35,8 | 7,8 | 40,5 | 7,8 | 5,9 | 2,4 | 117,1 | 106,3 |
| Итого: | 30,6 | 8,2 | 34,6 | 8,2 | 33,7 | 8,0 | 38,1 | 8,0 | 35,8 | 7,8 | 40,5 | 7,8 | 5,9 | 2,4 | 117,1 | 106,3 |
| FP/PP |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Йогурт "Летний день" 1,5% | 33,8 | 22,9 | 38,2 | 22,9 | 38,4 | 23,5 | 43,4 | 23,5 | 40,5 | 23,6 | 45,8 | 23,6 | 7,6 | 2,4 | 119,9 | 105,5 |
| Кефир "Село луговое" 1% | 30,8 | 20,8 | 34,8 | 20,8 | 33,8 | 20,7 | 38,2 | 20,7 | 36,0 | 21,0 | 40,7 | 21,0 | 5,9 | 2,5 | 117,0 | 106,5 |
| Кефир "Село луговое" 2,5% | 49,0 | 33,2 | 55,4 | 33,2 | 52,7 | 32,2 | 59,6 | 32,2 | 54,9 | 32,1 | 62,0 | 32,1 | 6,6 | 2,4 | 111,9 | 104,0 |
| Итого: | 79,8 | 54,0 | 90,2 | 54,0 | 86,5 | 52,9 | 97,8 | 52,9 | 90,9 | 53,1 | 102,7 | 53,1 | 12,5 | 4,9 | 114,5 | 105,3 |
| Ряженка "Село луговое" 2,5% | 34,2 | 23,1 | 38,6 | 23,1 | 38,7 | 23,6 | 43,7 | 23,6 | 39,8 | 23,2 | 45,0 | 23,2 | 6,4 | 1,3 | 116,6 | 103,0 |
| Итого: | 34,2 | 23,1 | 38,6 | 23,1 | 38,7 | 23,6 | 43,7 | 23,6 | 39,8 | 23,2 | 45,0 | 23,2 | 6,4 | 1,3 | 116,6 | 103,0 |
| Итого: в FP/PP | 147,8 | 100 | 167,0 | 100 | 163,6 | 100 | 184,9 | 100 | 171,2 | 100 | 193,5 | 100 | 26,5 | 8,6 | 116,4 | 104,8 |
| Полистирольный стакан |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Йогурт "Альпенгурт" 0,3% | 12,1 | 5,4 | 13,7 | 5,4 | 16,2 | 6,1 | 18,3 | 6,1 | 21,0 | 7,0 | 23,7 | 7,0 | 10 | 5,4 | 173,0 | 129,5 |
| Йогурт "Услада" 1,2% | 13,7 | 6,1 | 15,5 | 6,1 | 18,9 | 7,1 | 21,4 | 7,1 | 23,0 | 7,7 | 26,0 | 7,7 | 10,5 | 4,6 | 167,7 | 121,5 |
| Йогурт "Эрмигурт" 1,2% | 19,2 | 8,6 | 21,7 | 8,6 | 20,2 | 7,6 | 22,8 | 7,6 | 26,1 | 8,7 | 29,5 | 8,7 | 7,8 | 6,7 | 136,0 | 129,4 |
| Йогурт "Фругурт" 2,5% | 15,9 | 7,1 | 18,0 | 7,1 | 20,6 | 7,8 | 23,3 | 7,8 | 23,2 | 7,7 | 26,2 | 7,7 | 8,2 | 2,9 | 145,5 | 112,4 |
| Йогурт "Чудо" 2,5% | 18,0 | 8,0 | 20,4 | 8,0 | 19,8 | 7,5 | 22,4 | 7,5 | 22,0 | 7,3 | 24,9 | 7,3 | 4,5 | 2,5 | 122,0 | 111,2 |
| Йогурт "Услада" 4,7% | 14,4 | 6,4 | 16,3 | 6,4 | 18,4 | 6,9 | 20,8 | 6,9 | 21,6 | 7,2 | 24,4 | 7,2 | 8,1 | 3,6 | 149,7 | 117,3 |
| Йогурт "Альпенгурт" 7,5% | 12,8 | 5,7 | 14,5 | 5,7 | 18,6 | 7,0 | 21,0 | 7,0 | 22,4 | 7,5 | 25,3 | 7,5 | 10,8 | 4,3 | 174,5 | 120,5 |
| Итого: | 106,1 | 47,4 | 119,9 | 47,4 | 132,7 | 50,2 | 150,0 | 50,2 | 159,3 | 53,1 | 180,0 | 53,1 | 60,1 | 30,0 | 150,1 | 120,0 |
| Сметана "Село луговое" 20% | 42,3 | 18,9 | 47,8 | 18,9 | 46,0 | 17,4 | 52,0 | 17,4 | 47,0 | 15,7 | 53,1 | 15,7 | 5,3 | 1,1 | 111,1 | 102,1 |
| Сметана (200г)"Летний день" 20% | 38,0 | 17,0 | 42,9 | 17,0 | 42,1 | 15,9 | 47,6 | 15,9 | 48,0 | 16,0 | 54,2 | 16,0 | 11,3 | 6,6 | 126,3 | 113,9 |
| Сметана (500г)"Летний день" 20% | 37,6 | 16,8 | 42,5 | 16,8 | 43,6 | 16,5 | 49,3 | 16,5 | 45,8 | 15,3 | 51,8 | 15,3 | 9,3 | 2,5 | 121,9 | 105,1 |
| Итого: | 117,9 | 52,6 | 133,2 | 52,6 | 131,7 | 49,8 | 148,8 | 49,8 | 140,8 | 46,9 | 159,1 | 46,9 | 26,5 | 10,2 | 119,4 | 106,9 |
| Итого в полистирольном стакане: | 224,0 | 100 | 253,1 | 100 | 264,4 | 100 | 298,8 | 100 | 300,1 | 100 | 339,1 | 100 | 85,8 | 40,2 | 142,8 | 116,3 |
| Кэшированная фольга |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Творог 5% "Летний день" | 41,2 | 25,0 | 46,6 | 25,0 | 44,3 | 24,1 | 50,1 | 24,1 | 50,6 | 25,6 | 57,8 | 25,6 | 11,2 | 7,7 | 124,0 | 115,4 |
| Творог "Летний день" 9% | 41,6 | 25,2 | 47,0 | 25,2 | 45,4 | 24,7 | 51,3 | 24,7 | 47,3 | 23,9 | 53,4 | 23,9 | 6,4 | 2,1 | 113,6 | 104,1 |
| Итого: | 82,8 | 50,2 | 93,6 | 50,2 | 89,7 | 48,8 | 101,4 | 48,8 | 97,9 | 49,5 | 111,2 | 49,5 | 17,8 | 9,8 | 118,8 | 109,8 |
| Масса творожная "Простокваши-но" 16,5% | 40,3 | 24,4 | 45,5 | 24,4 | 46,2 | 95,9 | 52,1 | 95,9 | 49,1 | 24,8 | 55,5 | 24,8 | 10,0 | 3,4 | 122,0 | 106,5 |
| Итого: | 40,3 | 24,4 | 45,5 | 24,4 | 46,2 | 95,9 | 52,1 | 95,9 | 49,1 | 24,8 | 55,5 | 24,8 | 10,0 | 3,4 | 122,0 | 106,5 |
| Сырок глазированный "Простокваши-но" 23% | 41,9 | 25,4 | 47,3 | 25,4 | 48,2 | 26,2 | 54,5 | 26,2 | 50,6 | 25,6 | 57,2 | 25,6 | 9,9 | 2,7 | 120,9 | 105,0 |
| Итого: | 41,9 | 25,4 | 47,3 | 25,4 | 48,2 | 26,2 | 54,5 | 26,2 | 50,6 | 25,6 | 57,2 | 25,6 | 9,9 | 2,7 | 120,9 | 105,0 |
| Итого в кэшированной фольге: | 165,0 | 100 | 186,4 | 100 | 184,1 | 100 | 208,0 | 100 | 197,6 | 100 | 223,3 | 100 | 37,5 | 15,9 | 120,1 | 107,8 |
| Обрам |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Творог "Биобаланс" 2% | 37,5 | 52,0 | 42,4 | 52,0 | 40,5 | 52,7 | 45,8 | 52,7 | 41,2 | 51,2 | 46,6 | 51,2 | 4,2 | 0,8 | 109,9 | 101,7 |
| Творог "Простокваши-но" 9% | 34,6 | 48,0 | 39,0 | 48,0 | 36,4 | 47,3 | 41,1 | 47,3 | 39,2 | 48,8 | 44,3 | 48,8 | 5,3 | 3,2 | 113,6 | 107,8 |
| Итого: | 72,1 | 100 | 81,4 | 100 | 76,9 | 100 | 86,9 | 100 | 80,4 | 100 | 90,9 | 100 | 9,5 | 4,0 | 111,8 | 104,8 |
| Всего: | 973,4 |  | 1100,0 |  | 1088,6 |  | 1230,0 |  | 1168,2 |  | 1320,0 |  | 220,0 | 90,0 | 127,7 | 110,4 |

Анализируя данную таблицу можно сделать вывод, что количество продукции в фольге составляет 4 наименования, в упаковке обрам - 2 наименования, в упаковке PP/TR - одно наименование, в упаковке FP/PP - 4 наименования, в полистирольном стакане - 10 наименований, в ПЭТ бутылке - 6 наименований.

По данным таблицы 13 видно, что больше всего наименований кисломолочных продуктов, реализуемой в магазине "Анна", г. Саранск представлено в полистирольном стакане, из которых наибольшую долю реализации составляет сметана "Село луговое", которой в 2007 году было реализовано на сумму 47,8 тыс. руб. или 18,9%, что на 60,1 тыс. руб. меньше чем в 2009 году, в 2008 году по сравнению с 2007 годом сумма реализации увеличилась на 4,4 тыс. руб. и составила 52,0 тыс. руб. или 17,4%; отклонение 2009 года по отношению к 2008 году составило 1,1 тыс. руб., темп роста в 2009 году по отношению к 2007 году составил 111,1%; по отношению с 2008 годом - 102,1%.

Наименьший удельный вес реализации продуктов в полистирольном стакане приходится на йогурт "Альпенгурт" 7,5% жирности. Удельный вес реализации данного йогурта составила в 2007 году - 5,7% от общей реализации кисломолочных продуктов в полистирольном стакане или 14,5 тыс. руб.; в 2008 по сравнению с 2007 годом сумма реализации увеличилась на 6,5 тыс. руб. и составила 21 тыс. руб. или 7,0%. Темп роста в 2009 году по отношению к 2007 году составил 174,5%; по отношению к 2008 году - 120,5%.

Продукция в упаковке обрам представлена всего двумя наименованиями, это творог "Биобаланс" и творог "Простоквашино". Наибольший удельный вес из этих продуктов приходится на творог "Биобаланс", которого было реализовано в 2007 году на 42,4 тыс. руб. или 52,0%; по сравнению с 2007 годом в 2008 году сумма реализации увеличилась на 3,4 тыс. руб. и составила 45,8 тыс. руб. или 52,7%; в 2009 году по отношению к 2008 году творога "Биобаланс" было реализовано больше на 0,8 тыс. руб., что составило 46,6 тыс. руб. или 51,2%. Темп роста в 2009 году по отношению к 2007 году составил 109,9%; по отношению к 2008 году - 101,7%.

Продукты в кэшированной фольге реализованы практически на одинаковую сумму.

Из наименований продуктов в упаковке FP/PP наибольший удельный вес приходится на кефир "Село луговое", которого было реализовано в 2007 году на 55,4 тыс. руб., что составило 33,2% от общей суммы реализации продуктов в данной упаковке; в 2008 году по сравнению с 2007 годом сумма реализации увеличилась на 4,2 тыс. руб. и составила 59,6 тыс. руб., удельный вес 32,2%; темп роста в 2009 году по отношению к 2007 году составил - 116,4%; отклонение в 2009 году по отношению к 2008 году составило 2,4 тыс. руб.

Из наименований продукции в ПЭТ - бутылке наибольший удельный вес приходится на йогурт "Простоквашино", которого в 2007 году было реализовано на 67,2 тыс. руб., что составило 17,8% от общей реализации кисломолочных продуктов в ПЭТ - бутылке, это на 12,9 тыс. руб. меньше чем в 2009 году; в 2008 году сумма реализации увеличилась по сравнению с 2007 годом на 8,0 тыс. руб. и составила 75,2 тыс. руб. или18,2%; отклонение 2009 года по отношению к 2008 году составило 9,2 тыс. руб. Темп роста в 2009 году по отношению к 2007 году составил 119,2%; по отношению к 2008 году - 106,5%.

# Заключение

Кисломолочные продукты - это продукты, вырабатываемые сквашиванием молока или сливок чистыми культурами молочнокислых бактерий с добавлением или без добавления дрожжей или уксуснокислых бактерий.

Кисломолочные продукты имеют большое значение в питании человека благодаря лечебным и диетическим свойствам, приятному вкусу, легкой усвояемости.

При производстве некоторых кисломолочных продуктов используются пищевые, вкусовые и ароматические вещества, что также повышает их пищевую и диетическую ценность, что в свою очередь влияет на конкурентоспособность товаров при выборе их потребителем.

Кисломолочные продукты имеют большую ценность с точки зрения физиологии питания, поскольку молочнокислые бактерии кроме сквашивания вызывают еще слабый распад белка. Таким образом человеческому организму предлагается уже частично обработанный, легко усвояемый белок; доля свободных аминокислот повышается. Благодаря расщеплению и новому синтезу происходит перегруппировка витаминов, которая хорошо подходит к потребностям человека.

В данной курсовой работе были рассмотрены вопросы, касающиеся конкурентоспособности кисломолочных товаров на примере деятельности торгового предприятия розничной торговли ИП Бычковой В.В. магазина "Анна".

При изучении организационно-экономической деятельности, установлено: общий товарооборот предприятия в 2007 году составил 7443,0 тыс. руб.; в 2008 - году 7951,0 тыс. руб.; в 2009 - году 8030,0 тыс. руб.

Товарооборот кисломолочной продукции по отношению к общему товарообороту предприятия составил в 2007 году - 14,8%, в 2008 году - 15,5%, в 2009 году - 16,4%, здесь мы так же наблюдаем положительную динамику.

Изучив структуру ассортимента кисломолочных продуктов, реализуемых в магазине "Анна", г. Саранск, установлено, что наибольший удельный вес от всей реализации кисломолочных продуктов составляют кисломолочные напитки, которых в 2007 году реализовано на 699,8 тыс. руб., что составило 63,6% от общей реализации кисломолочных продуктов, по сравнению с 2009 годом это на 151,4 тыс. руб. меньше; в 2008 году данная сумма составила 786,4 тыс. руб., это 63,9% от общего оборота, что по сравнению с 2007 годом больше на 86,6 тыс. руб.; в 2009 году реализация кисломолочных напитков составила 851,2 тыс. руб. или 64,5% На втором месте по реализации кисломолочных продуктов находится творог и творожные изделия. Так, в 2009 году по отношению к 2007 году реализация творога и творожных изделий увеличилась на 41,5 тыс. руб. и составила 309,7 тыс. руб. или 23,5%, а по отношению к 2008 году в 2009 году было реализовано творога и творожных изделий на 15,0 тыс. руб. больше, что составило в 2008 году 294,7 тыс. руб. Меньше всего из кисломолочных продуктов в магазине "Анна", г. Саранск реализовано сметаны. В 2007 году удельный вес реализации составил всего 12,1% от общего оборота или 133, 3 тыс. руб.; по сравнению с 2007 годом в 2008 году данная сумма увеличилась на 15,6 тыс. руб. и составила 148,9 тыс. руб. или 12,1%; в 2009 году реализация сметаны увеличилась по отношению к 2008 году на 10,2 тыс. руб. и составила 159,1 тыс. руб. или 12,0%.

В данной курсовой работе была рассмотрена следующая классификация кисломолочных товаров по: содержанию жира в продукте, виду упаковки и торговой марке.

Анализируя полученные данные можно сделать вывод, что наибольшим спросом у потребителей пользуются жирные продукты, содержание жира в которых от 2 до 3,5 % и продукты повышенной жирности, содержание жира в которых более 4%.

Исходя из собранной информации, хотелось бы отметить, что в настоящее время большим спросом пользуется продукция следующих видов упаковок: ПЭТ, полистирольные стаканы, FP/PP (представляет собой пакет из полиэтиленовой пленки). Наименьшим удельным весом обладают продукты в упаковке обрам (порядка 7%) и в кэшированной фольге.

Как ранее уже было отмечено на выбор приобретаемого товара также влияет и имидж фирмы-производителя. В данной курсовой были рассмотрены следующие марки: "Услада", "Альпенгурт", "Фругурт", "Чудо", "Эрмигурт", "Биобаланс", "Простоквашино", "Летний день", "Село луговое". Можно сделать вывод, что наибольший удельный вес приходится на реализацию кисломолочных продуктов торговой марки "Простоквашино". Исходя из этого можно сделать вывод, что продукция данной марки обладает большей конкурентоспособностью по отношению к аналогичным товарам, от других производителей и обладает большим спросом у потребителей. Так же немалый удельный вес в поставке и реализации кисломолочных продуктов занимает продукция торговых марок "Летний день", "Биобаланс", "Село луговое". На продукцию данных торговых марок приходится в среднем по 20% от общей доли реализации кисломолочных товаров. Наименьший удельный вес приходится на кисломолочные продукты торговой марки "Фругурт".

В целях повышения конкурентоспособности кисломолочной продукции, темпов и объемов продаж хотелось бы предложить несколько подходов: снижение прейскурантной цены; увеличение расходов на рекламу; обеспечение конкретному виду товара более заметной выкладки на полках магазина; введение поощрительных бонусов при покупке продукции; проведение акций или розыгрыши всевозможных призов; новая упаковка - привлекут внимание к товару.

# Список использованной литературы

1. Лифиц И.М. Теория и практика оценки конкурентоспособности товаров и услуг. - М.: Юрайт-М, 2001.
2. Филатов О.К., Маргулис Е.И., Рябова Т.Ф. - Экономика предприятий пищевой промышленности. Учебник для вузов. - М.: Гуманитарный центр "Монолит", 2001.
3. Фатхутдинов Р.А. Менеджмент конкурентоспособности товара. М.: Изд-во АО "Бизнес-школа Интел-Синтез", 1995.
4. Николаева М.А. Теоретические основы товароведения: Учебник для вузов. - Гриф УМО. - М.: Норма, 2006.
5. Товароведение и организация торговли продовольственными товарами: Учебник / А.М. Новикова, Т.С. Голубкина, Н.С. Никифорова, А.С. Прокофьева. - 2-е изд., стер. / Гриф МО РФ. - М.: ПрофОбрИздат, 2002.
6. Горбатова К.К. Биохимия молока и молочных продуктов. - М.: Колос, 1997.
7. Дмитриченко М.И., Пилипенко Т.В. Товароведение и экспертиза пищевых жиров, молока и молочных продуктов. - СПб.: Питер, 2004.
8. Технология молока и молочных продуктов. / Г.В. Твердохлеб, З.Х. Диланян, Л.В. Чекулаева и др. - М.: Агропромиздат, 2003.
9. Бредихин С.А. Технология и техника переработки молока. - М.: КолосС, 2005.
10. Чепурной И.П. Идентификация и фальсификация продовольственных товаров. Учебник. - М.: Издательско-торговая корпорация "Дашков и Ко", 2002.
11. Владимиров О. Кисломолочные пробиотические продукты. // Товароведение продовольственных товаров. - 2007. - №7.
12. Товароведческий анализ кисломолочных продуктов. // Товароведение продовольственных товаров. - 2005. - №9.
13. Диетические кисломолочные продукты. // Товароведение продовольственных товаров. - 2004.
14. Производство упакованных молочных продуктов. - // Пищевая промышленность. - 2007. - № 3.
15. О.Г. Евдокимов. Развитие российского рынка йогуртов. - // Молочная промышленность. - 2009. - № 1.
16. Э.Ф. Бухтарева. Товароведение пищевых жиров, молока и молочных продуктов: Учебник для товаровед. фак. торг. вузов. - М.: Экономика, 1995.
17. З. Жбиковски. Современные тенденции в технологии кисломолочных напитков - // Молочная промышленность. - 2008. - №1.
18. Панкратов Ф.Г. Коммерческая деятельность: Учебник для вузов.6-е изд., перераб. и доп. - М.: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2003.
19. ГОСТ Р 52094-2003 "Ряженка. Технические условия"
20. ГОСТ Р 51331-99 "Продукты молочные. Йогурты. Общие технические условия"
21. ГОСТ Р 52093-2003 "Кефир. Технические условия"
22. ГОСТ Р 52096-2003 "Творог. Технические условия"
23. ГОСТ Р 52738-2007 "Молоко и продукты переработки молока. Термины и определения"
24. ГОСТ Р 52092-2003 "Сметана. Технические условия"
25. ГОСТ Р 52095-2003 "Простокваша. Технические условия"