

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение
высшего образования

КЕМЕРОВСКИЙ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ
ПИЩЕВОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ (УНИВЕРСИТЕТ)

Кафедра «Экономика и управление»

Выпускная квалификационная работа

**«ИССЛЕДОВАНИЕ КОНЪЮНКТУРЫ РЫНКА ПРЕДПРИЯТИЙ
МОЛОЧНОЙ ОТРАСЛИ Г. КЕМЕРОВО»**

**Подтема: «ИЗУЧЕНИЕ ЦЕНОВОЙ ПОЛИТИКИ ПРЕДПРИЯТИЙ
МОЛОЧНОЙ ПРОДУКЦИИ»**

Выполнил: студент гр. МТ – 221
Еремеева А.А.

Руководитель: к.т.н., доцент
Першина Е.Г.

Работа защищена:

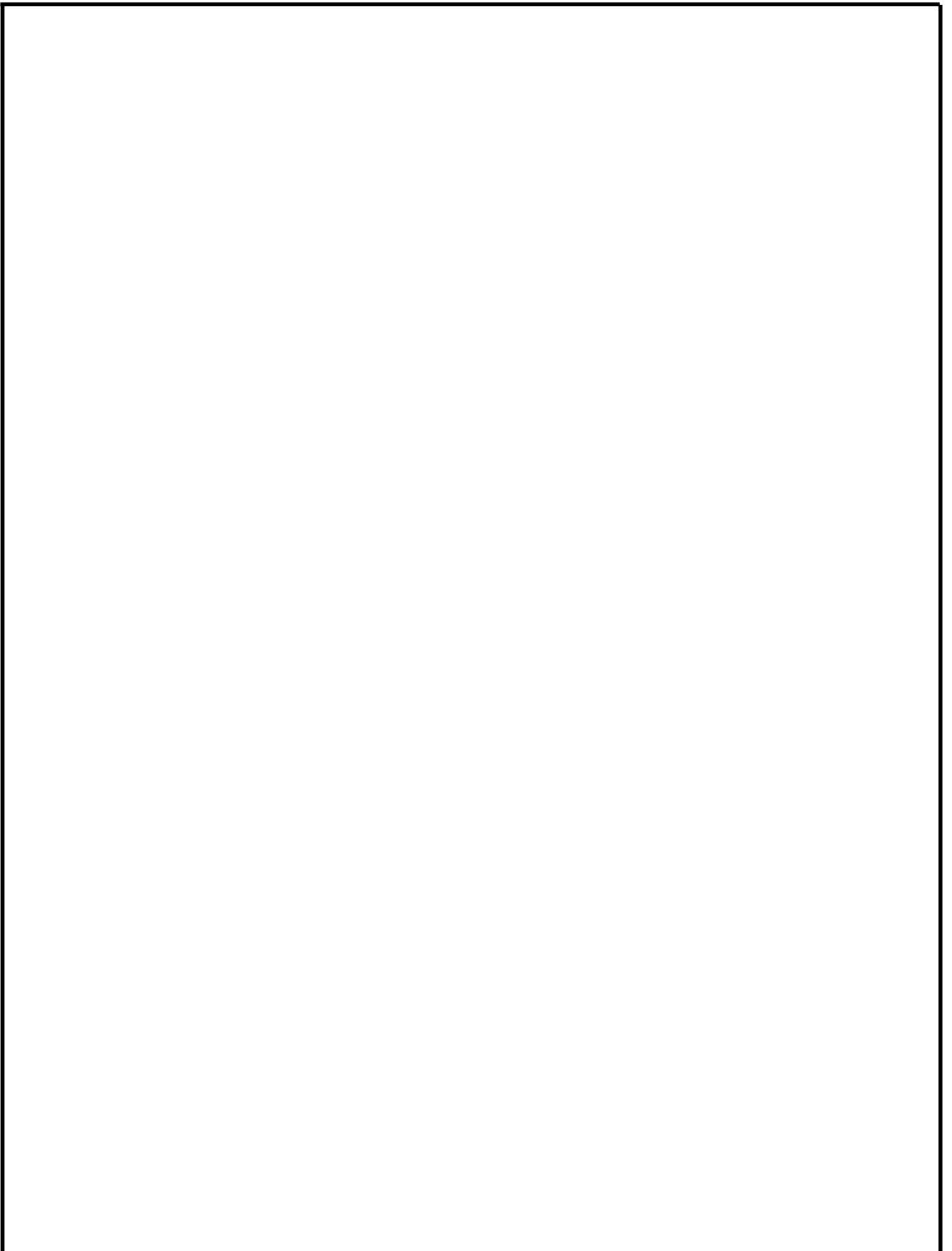
Кемерово 2016

Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата		Лит.	Лист	Листов
Разраб.								
Пров.								
Н. контр								
Утв.								

В данной работе рассмотрены теоретические и методологические аспекты анализа конъюнктуры рынка. Объектом исследования выступают предприятия-производители молочной продукции г. Кемерово.

Выпускная квалификационная работа состоит из трех разделов: в первом разделе отражена сущность конъюнктуры рынка, во втором - представлена организационно-экономическая характеристика предприятий-производителей молочной продукции г. Кемерово и Кемеровской области, в третьем - проведен анализ ценовой политики исследуемых предприятий.

Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата				
Разраб.						Лит.	Лист	Листов
Пров.								
Н. контр								
Утв.								



Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата			
Разраб.					Лит.	Лист	Листов
Пров.							
Н. контр							
Утв.							

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	
1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ АНАЛИЗА КОНЪЮНКТУРЫ РЫНКА.....	
1.1 Конъюнктура рынка: понятия, факторы, виды, тенденции развития.....	
1.2 Объекты конъюнктурных исследований.....	
1.3 Оценка конъюнктуры рынка.....	
1.4 Цели ценовой политики и принципы ценообразования.....	
1.5 Сущность и функции цен в рыночной экономике.....	
1.6 Влияние рыночной конъюнктуры на ценовую политику предприятия.....	
2 ОРГАНИЗАЦИОННО – ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРЕДПРИЯТИЙ – ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ МОЛОЧНОЙ ПРОДУКЦИИ Г.КЕМЕРОВО, КЕМЕРОВСКОЙ ОБЛАСТИ.....	
2.1 Исследование рынка молочной продукции.....	
2.2 Региональная структура производства молочной продукции за 2013 -2015 годы.....	
2.2.1 Структура рынка цельномолочной продукции Кемеровской области за 2013 – 2015 годы.....	
2.2.2 Рынок кисломолочной продукции Кемеровской области за 2013 – 2015 годы.....	
2.2.3 Структура рынка нежирной молочной продукции Кемеровской области за 2013 – 2015 год.....	
2.2.4 Структура рынка десертной продукции Кемеровской области	

Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата		Лит.	Лист	Листов
Разраб.								
Пров.								
Н. контр								
Утв.								

за 2013 – 2015 годы.....

2.3 Товарная политика молочной продукции предприятий
Кемеровской области.....

2.4 Динамика цен на сырое молоко и молочные продукты рынка
Кемеровской области.....

3 АНАЛИЗ ЦЕНОВОЙ ПОЛИТИКИ НА ПРЕДПРИЯТИЯ
ПРОИЗВОДИТЕЛЯХ МОЛОЧНОЙ ПРОДУКЦИИ Г. КЕМЕРОВО И
КЕМЕРОВСКОЙ ОБЛАСТИ.....

3.1 Динамика ценовой политики по производителям молочной и
кисломолочной продукции.....

3.1.1 Динамика ценовой политики молочной и кисломолочной
продукции за 2013 г.....

3.1.2 Динамика ценовой политики молочной и кисломолочной
продукции за 2014 г.....

3.1.3 Динамика ценовой политики молочной и кисломолочной
продукции за 2015 г.....

3.2 Анализ динамики изменения ценовой политики по предприятиям
производителям молочной и кисломолочной продукции
за 2013 – 2015 г.г.....

3.3 Рекомендации и предложения по совершенствованию ценовой
политики рынка молочной продукции.....

ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....

ПРИЛОЖЕНИЯ.....

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ.....

Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата	

ВВЕДЕНИЕ

Конъюнктура рынка, или рыночная конъюнктура - это конкретная экономическая ситуация, сложившаяся на рынке на данный момент или ограниченный отрезок времени.

К числу наиболее важных задач, которые призвана решать статистика рынка, относится изучение молочной рыночной конъюнктуры. Эта задача является актуальной как на макроуровне, так и на микроуровне. Ни одна фирма, крупная или малая, занимающаяся куплей-продажей товаров, не сумеет успешно функционировать без оценки положения на рынке. Любое долгосрочное или оперативное маркетинговое решение принимается на базе конъюнктурных оценок.

Главная цель изучения конъюнктуры молочного рынка - определить характер и степень его сбалансированности, прежде всего соотношения спроса и предложения. Суть действия рыночного механизма проявляется в стремлении спроса и предложения к равновесию. Однако этот процесс, имеющий стохастический характер, происходит под постоянным воздействием множества противоречивых факторов, что и обуславливает наличие постоянных колебаний и отклонений от основной тенденции развития рынка. Рассмотрим конъюнктуру рынка молочной продукции.

Сегодня молочный рынок претерпевает серьезные испытания: внутренняя неустроенность, отсутствие единой стратегии развития отрасли. Молочная промышленность разобщена, каждый производитель и переработчик пытаются в одиночку решать проблемы своего предприятия. В сложившейся ситуации ведущие бизнесмены отрасли молочной продукции должны объединить свой опыт ведения дел и по-новому посмотреть на перспективы развития своего бизнеса в контексте развития всей молочной отрасли страны. И первоочередной задачей каждого предприятия, работающего на рынке производства молочной продукции, должно стать совершенствование маркетинговой политики предприятия, которая включает в себя не только повышение качества выпускаемых товаров, совершенствование ассортиментной политики, но и правильно сформированную

Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата	

ценовую стратегию организации. Ценообразование очень важно во всех сферах деятельности: производства, оказание услуг, выполнения работ, торгово-закупочной и иной деятельности. Оптимальная цена на товар или услугу позволяет поддерживать присутствие товара на рынке и его сбыт на неснижаемом уровне, тем самым обеспечивать прибыльность предприятия.

В связи с актуальностью исследования, основной целью работы является проведение анализа ценовой политики, изменение динамики цен на молочную и кисломолочную продукцию, молочных предприятий города Кемерово и Кемеровской области.

Предметом исследования выступает молочная продукция г. Кемерово, Кемеровской области.

Объектом исследования является предприятия – производители молочной продукции г. Кемерово, Кемеровской области.

Цель исследования – исследование конъюнктуры рынка молочной продукции г. Кемерово и Кемеровской области.

Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата	

1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ АНАЛИЗА КОНЬЮНКТУРЫ РЫНКА

1.1 Конъюнктура рынка: понятие, факторы, виды, тенденции развития

Термин «конъюнктура» (лат. *conjungi*) применяется для фиксации соединения, совокупности условий, ситуации, текущего положения. Конъюнктура характеризует состояние хозяйственных отношений, которые, в отличие от отношений производственных, определяются отнюдь не только производительными силами, но и факторами экономической политики фирмы и государства, демографическими тенденциями, особенностями культурных традиций народа, социальной памяти населения регионов, этнической самоидентификации и прочее. Соответственно, они не обязательно целостны и гораздо более субъективированы, поверхностны, динамичны. Более того, сами по себе хозяйственные отношения и хозяйственный механизм — внешние явления экономической жизни, однако в единстве они определяют сущность способа хозяйствования, задавая положение хозяина производства и вызывая у тех или иных групп населения чувство хозяина.

Хозяйственная конъюнктура включает такие факторы, как:

— производственный потенциал с его элементами, в том числе производственные ресурсы и объем производства, отраслевую и воспроизводственную структуру хозяйства;

— рынок, его емкость и структуру как характеристики реализуемой продукции в совокупности с параметрами формирования и развития рынка (численность населения, его хозяйственное поведение, уровень экономического развития региона и страны, распределение доходов, разделение труда, соотношение цен на замещенные товары, накопление товаров населением, взаимовлияние краткосрочных и циклических тенденций);

— организационная структура хозяйства, в том числе корпоративная структура, состояние концентрации, специализации, комбинирования

Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата	

производства и сбыта, формы регулирования хозяйства;

— соотношение спроса и предложения на рынке, включая степень использования производственных ресурсов, уровень товарных запасов и портфель заказов, положение на оси «монополия — конкуренция»;

— коммерческие условия реализации продукции.

Особое значение хозяйственных отношений конъюнктуры для нашей экономики определяется рядом обстоятельств:

Во-первых, общемировая система производства все более приобретает социальный (а не узко экономический) характер;

Во-вторых, взаимосвязи советского общества имели преимущественно социальную природу, причем их содержание во многом сохранено;

В-третьих, по мере повышения зрелости любого (в т. ч. — рыночного) общества, в нем нарастает роль социальных механизмов самоорганизации;

В-четвертых, замещение отчужденного труда свободным творчеством означает смену доминанты деятельности, переход от обмена стоимостей к обмену способностей, от распределительной к воспроизводственной системе, от ценностей общества потребления к поведению общества созидания;

В-пятых, следовательно, меняются стереотипы принятия решений и хозяйственного поведения. Вспомним классический индустриализм. Тогда часть дохода капитализировалась, направлялась на расширение воспроизводства и удовлетворение, тем самым чужих потребностей через процесс купли-продажи. Позже начал использоваться капитал заемный.

Затем инвестиционный цикл стал открываться под «кредитную линию». Наконец, сами потребности перестали выступать чем-то фиксированным, активно формируясь направленным маркетингом. Целью оказалось не потребление дохода, а расширение экономической власти (легко трансформируемой в социальную и идеологическую).

Основание хозяйственной конъюнктуры — принцип возмездности, реализуемый через стоимостную эквивалентность, механизмы распределения,

Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата	

социальную справедливость. Принцип возмездности — конституирующая особенность хозяйственных отношений, которая даже по мере изживания индустриализма не уничтожается полностью, а снимается, уходит в основание новых способов производства и обмена. Развитие стоимостной эквивалентности и ее механизма — бирж — превращает возмездность в системообразующий стержень хозяйственной конъюнктуры. На ее основе формируются представления о нормативности равенства юридического (перед законом), социального (ликвидация наследственных привилегий), политического (выравнивание возможностей всех групп участвовать в политической жизни), нравственного (моральный императив) и даже интеллектуального (равнодоступность знаний и развития логико-мыслительного аппарата).

Наблюдаемые ныне сегментирование и индивидуализация производства отрицают вообще рынок классического типа: осуществляется ориентация на заранее известную группу потребителей и ее вкусы и запросы. В том же направлении действует появление акционерных обществ, расширение духовного производства, преодоление эквивалентностью формы стоимости. Так, акционирование становится естественной разновидностью глобального процесса социализации деятельности и объединения собственности, позволяющего продуктивно использовать дополнительную производственную силу, возникающую при разделении и кооперации труда. Духовное производство и при доминировании стоимостных форм подчинено им лишь внешне, по существу определяясь собственными закономерностями творчества. Продукт духовного производства уникален, тождественен своему творцу. Вообще качество товарности переходит с результата на процесс деятельности и в нем угасает.

Уже сейчас деятельность специалистов «высоких технологии», менеджеров и ведущих ученых в странах-лидерах вознаграждается выше стоимости рабочей силы. И, вместе с тем, последствия их решений могут превосходить любые денежные суммы компенсации. Усиливается и тенденция к преодолению фрагментаризации и унификации труда, его обезличиванию.

Аналитиками выделяются такие виды конъюнктуры:

Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата	

- 1) общехозяйственная глобальная;
- 2) общегосударственная;
- 3) региональная;
- 4) отраслевая;
- 5) рынка отдельного товара.

Понятие конъюнктуры рынка отдельного товара используется для выявления и фиксации рыночных аспектов состояния, закономерностей и перспектив производства и реализации товара. Для всех макроэкономических конъюнктур особое значение имеет категория «ложной социальной стоимости», которая непосредственно воплощает ту часть рыночной стоимости, что не имеет в своем основании действительных затрат труда в данной отрасли (регионе). Но ложной социальной стоимостью становится и рыночная стоимость единицы товарной массы, регулируемая индивидуальной стоимостью товара, произведенного не в средних, а в крайних условиях, и, прежде всего, когда она больше действительной средней производительности труда в отрасли (регионе). Тогда равенство предложения с наличным спросом оказывается сугубо формальным. Монополизм производителя и малая товарность продукта в состоянии сделать подобную ситуацию достаточно частой.

Изучение конъюнктуры рынка отдельного товара в первую очередь включает:

- анализ научных исследований и разработок; достижение определенности в вопросах внутреннего и зарубежного патентования;
- инвестиционный маркетинг;
- производство и сбыт продукции на внутренних и внешних рынках;
- отслеживание деятельности ведущих промышленных фирм;
- специализацию и кооперирование в сфере производства и сбыта;
- реализацию и приобретение лицензий;
- анализ тенденций ценообразования и оптимизации ассортимента;
- определение перспективы развития.

Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата	

Особенно важно знание процедур получения необходимой информации и обновления источников ее добычи.

Реализация хозяйственной конъюнктуры осуществляется посредством таких форм, как чистая конкуренция (структура, при которой на рынке представлено много производителей однородного продукта, а прочие производители могут свободно выходить на рынок), чистая монополия (товар предлагается единственным производителем, диктующим цену и блокирующим появление прочих), монополистическая конкуренция (большое число производителей дифференцированных продуктов), олигополия (небольшое количество крупных производителей однородных и дифференцированных продуктов, продаваемых по взаимозависимым ценам и объемам продаж, а вхождение в рынок для других производителей затруднено) и монополия (одному покупателю противостоят многочисленные производители и продавцы продукции). Причем ныне предельные варианты чистой монополии или совершенной конкуренции становятся все более экзотичными. Тенденции реализации конъюнктуры все чаще задаются смешением черт монополии и конкуренции, повышением роли саморазворачивающихся процессов регулирования. Основанием для выводов о перспективах хозяйственной конъюнктуры выступают циклы развития экономики.

1.2 Объекты конъюнктурных исследований

Задача конъюнктурных исследований состоит в определении степени воздействия отдельных факторов на формирование конъюнктуры в определённый момент времени. Решить такую задачу возможно, если вести исследование конъюнктуры с учетом новых явлений, возникающих в сфере производства. Для того, чтобы представлять ситуацию, происходящую на рынке, недостаточно знать изменения цен, биржевых индексов, движение запасов и колебания других показателей. Исследование рыночной конъюнктуры требует знаний закономерностей развития экономики, взаимодействий рынков в воспроизводственном процессе.

Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата	

Выделяются три уровня исследования конъюнктуры:

– **Общехозяйственный** (показывает состояние мирового хозяйства или хозяйства отдельной страны, группы стран, складывающихся под воздействием конъюнктурообразующих факторов, включает следующие аспекты :экономический потенциал хозяйства и его элементы (природные, производственные, трудовые, финансовые ресурсы., научно-образовательный и инфраструктурный потенциал; институциональная структура хозяйства. Включает фирменную структуру, масштабы концентрации , специализации производства и сбыта, организационные формы государственного регулирования экономики; система региональных рынков и ее структура, характеристики реализуемых товаров, факторы влияющие на формирование региональных рынков, уровень экономического развития, распределение доходов между хозяйствующими субъектами и населением, соотношение цен на конкурирующие товары, накопление товарных запасов и др.; соотношение спроса и предложения с учётом степени использования материальных, финансовых, трудовых ресурсов; коммерческие и финансовые условия реализации товаров;

– **Отраслевой** (показывает положение в отрасли национального или мирового хозяйства), %;

– **Отдельного товара** (показывает положение отдельного товара в масштабе мирового, национального или регионального рынка).

Одним из главных понятий исследования конъюнктуры является изучение изменений в динамике и соотношении цен. Необходимо установить причины, вызвавшие сдвиг в уровне или структуре цены. Так же необходим анализ изменений технологии производства, условий потребления товаров, учет изменений в оптовой и розничной торговле. Исследования этих изменений помогают лучше понять направления движения цен. На цены и издержки производства товаров воздействует ряд различных факторов.

Оценка этого воздействия, т.е. учет происходящих изменений в уровне цен, производится путём анализа соответствующих показателей, определяющих динамику и уровень цен различных товаров. После того как получено

Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата	

представление о направлении развития экономики в целом, следует переходить к исследованию развития тех отраслей экономики, которые являются главными потребителями на данном рынке. В результате исследований изменений в объёме и структуре потребления составляется оценка развития производства товара, конъюнктура рынка которого изучается. Анализ развития потребления и производства позволяет сделать вывод об изменении в соотношении между спросом и предложением, определить возможную емкость рынка и будущий уровень цен.

Методы исследования конъюнктуры любого товарного рынка, хозяйства или отрасли разрабатываются на основе показателей, которые могут помочь в определении направления развития производства, торговли и финансов в будущем. При этих исследованиях проводится оценка соотношения предложения и спроса за необходимый отрезок времени, изучение колебаний цен, продажи товаров и услуг, товарных запасов, оценка устойчивости развития рынка.

При изучении конъюнктуры рынков необходимо рассматривать показатели, которые могут дать количественную оценку различным изменениям, которые происходят в экономике исследуемой отрасли.

Количественное состояние конъюнктуры может быть оценено с помощью следующих групп показателей:

– Измеряется объём и динамика производства в целом, размер инвестиций, уровень занятости, размеры заработной платы, данные о заказах. Это так называемые показатели сферы производства.

– Платёжеспособный спрос, размеры реализации товаров в кредит, данные о розничной и оптовой торговле –Перечисленное относится к показателям внутри региональной торговли.

– Объёмы, динамика, географическое распределение межрегиональных связей, объёмы импорта и экспорта, объёмы грузоперевозок. Данная группа показателей относится к группе межрегиональных и внешнеэкономических связей.

– Кредитно-денежное обращение. К этой группе оценки относятся курсы акций и других ценных бумаг, процентные ставки, размеры банковских депозитов,

Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата		

валютные курсы.

Основной характеристикой конъюнктуры рынка является степень сбалансированности спроса и предложения. Она проявляется в поведении цен, скорости оборачиваемости товаров. Эта оценка позволяет определять тип конъюнктуры, Типы конъюнктуры различают на благоприятный или неблагоприятный.

При благоприятной конъюнктуре достигается сбалансированность спроса и предложения, цены удерживаются на стабильном уровне.

При неблагоприятной конъюнктуре спрос отстает от предложения, что приводит к росту товарных запасов, замедлению оборачиваемости товаров, наблюдаются затруднение в сбыте товаров.

Успех конъюнктурных исследований зависит от скорости получения объективной и полной информации о причинах, характере и размере колебаний соответствия спроса и предложения на различных рынках.

Главные требования к информации – оперативность и достоверность. Информация состоит из трёх этапов:

- Определение круга показателей;
- разработка схемы передачи информации во времени и пространстве;
- Объём и форма представления информации.

При изучении конъюнктуры рынка ведутся систематические наблюдения за всеми экономическими показателями, изменение которых показывает сдвиги в соотношении спроса и предложения, а также позволяет анализировать причины этих изменений. После переработки информации составляется аналитический документ, который называется конъюнктурный обзор.

1.3 Оценка конъюнктуры рынка

Итак, конъюнктура рынка – это совокупность условий, при которых в данный момент протекает деятельность на рынке. Она характеризуется определенным соотношением спроса и предложения на товары конкретного вида, а также уровнем

Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата	

и соотношением цен.

Комплексный подход к изучению конъюнктуры рынка предполагает: использование различных взаимодополняющих источников информации; сочетание ретроспективного анализа с прогнозом показателей, характеризующих конъюнктуру рынка; применение различных методов анализа и прогнозирования.

Сбор информации – важнейший этап изучения конъюнктуры рынка. Не существует единого источника информации, который бы содержал все сведения об изучаемых процессах. При исследовании используют различные виды информации (общая, коммерческая, специальная), полученные из разных источников.

Общая информация включает данные, характеризующие рыночную ситуацию в целом с учетом развития отрасли или данного производства. Источниками ее получения являются данные государственной и отраслевой статистики, официальные формы учета и отчетности.

Коммерческая информация – это данные, получаемые из деловой документации предприятия, по вопросам сбыта вырабатываемой продукции, а также и от партнеров в порядке информационного обмена. К ним относятся: заявки и заказы торговых организаций; материалы служб изучения рынка предприятий, организаций и учреждений государственной торговли (сведения о движении товаров в оптовых и розничных организациях, конъюнктурные обзоры, предложения по текущей замене ассортимента и т.п.).

Специальная информация включает данные, полученные в результате специальных мероприятий по изучению рынка (опросов населения, покупателей, специалистов торговли и промышленности, экспертов; выставок-продаж, конъюнктурных совещаний), а также материалы научно-исследовательских организаций. Сюда же относят и так называемый «промышленный шпионаж». Специальная информация имеет особую ценность, поскольку содержит сведения, которые нельзя получить другим путем. Поэтому ей следует уделять особое внимание.

Изучение конъюнктуры товарного рынка базируется на анализе показателей, характеризующих производства и поставку товаров этой группы, объем и

Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата		

структуру розничной продажи, товарных запасов на складах предприятий, в оптовой и розничной торговле. Поэтому главная цель информационного обеспечения исследований конъюнктуры рынка – создание системы показателей, позволяющих получить количественную и качественную характеристики основных закономерностей и особенностей развития спроса населения и товарного предложения, выявление факторов формирования рыночной конъюнктуры. К таким показателям относятся

- производство товаров в ассортименте;
- обновление товарного ассортимента;
- обеспеченность материалами, сырьём, производственными мощностями;
- запасы товаров в ассортименте (в том числе на предприятии, в торговых организациях);
- браковка товаров и рекламации;
- перечень товаров ограниченного и повышенного спроса;
- продажа товаров в ассортименте (в том числе оптовая, розничная, фирменная);
- изменение доли рынка, занимаемого предприятием;
- изменение доли рынка, занимаемого конкурентами;
- выполнение заявок на поставку товаров;
- изменения в спросе потребителей;
- величина неудовлетворенного спроса в развернутом ассортименте;
- динамика цен;
- продажи товаров по сниженным ценам, в том числе уценка, сезонная распродажа и др.

При изучении конъюнктуры товарного рынка ставится задача не только определения его состояния на тот или иной момент, но и прогноза вероятного характера дальнейшего развития рынка, по крайней мере, на один–два квартала, но не более чем на полтора года.

Прогноз конъюнктуры любого товарного рынка ведется с помощью следующих основных методов прогнозирования.

Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата	

1. Экстраполяция основана на анализе сложившихся в прошлом и настоящем закономерностей развития изучаемого явления и распространения их на будущее.

Использование экстраполяции в целях прогнозирования рыночной конъюнктуры представляет собой учет опыта прошлого как действия объективных законов развития экономики.

2. Экспертные оценки базируются на опыте, знаниях и интуиции высококвалифицированных специалистов. Наиболее часто этот метод применяется при разработке экономических прогнозов.

3. Экономико-математическое моделирование дает возможность установить определенные количественные закономерности, характеризующие развитие рынка, и дать качественную оценку значимости отдельных показателей, отражающих воздействие различных конъюнктурообразующих факторов.

4. Балансовый метод применяется для прогноза конъюнктуры некоторых рынков сырья органического происхождения. Суть его состоит в составлении баланса спроса и предложения.

Результаты анализа прогнозируемых показателей конъюнктуры рынка в сочетании с отчетными и плановыми данными дают возможность заблаговременно выработать меры, направленные на развитие позитивных процессов, устранение имеющихся и предотвращение возможных диспропорций. Расчеты вероятных значений показателей конъюнктуры носят многовариантный характер.

Результаты исследований конъюнктуры рынка могут быть представлены в виде различных аналитических документов: сводного обзора, или доклада; тематического (проблемного или товарного) обзора; оперативной (сигнальной) конъюнктурной информации.

1.4 Цели ценовой политики и принципы ценообразования

Ценовая политика представляет собой общие цели предприятия, которых оно пытается достичь, формируя цены на свою продукцию. Ценовая политика соответствует краткосрочному периоду существования предприятия. Чем яснее у

Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата	

предприятия представление о целях, тем легче ему устанавливать цены на свою продукцию.

Приведем характеристики наиболее часто встречающихся целей ценообразования, которые одновременно определяют общие цели предприятия.

Цели ценообразования:

- Обеспечение выживаемости предприятия.

Данная цель становится главной в тех случаях, когда на рынке слишком много производителей и царит острая конкуренция или резко меняется политика конкурентов. Кроме того, предприятие может столкнуться с проблемой затоваривания складов из-за неправильно организованного процесса производства или сбыта. Чтобы обеспечить работу и сбыт продукции, предприятие вынуждено устанавливать низкие цены в надежде на благожелательную ответную реакцию потребителей. Выживание на рынке становится важнее прибыли. Чтобы выстоять, попавшие в трудное положение предприятия прибегают к реализации обширных программ ценовых уступок. Цену снижают до тех пор, пока ее величина покрывает часть переменных и постоянных издержек производства продукции.

- Завоевание лидерства по показателю «доля рынка».

Предприятие придерживается мнения, что если ему принадлежит самая большая доля рынка, то у него будут самые низкие издержки и самые высокие долговременные прибыли. Добиваясь лидерства по показателю «доля рынка», предприятие стремится к максимальному снижению цен. Разновидностью этой цели является стремление добиться определенного приращения доли рынка. Например, в течение одного года предприятие хочет увеличить свою долю рынка с 10 до 15%.

- Завоевание лидерства по показателю «качество продукции».

Предприятие устанавливает максимальную цену на свою продукцию, объясняя это улучшением показателя качества продукции. У предприятия, преследующего эту цель, должны быть достаточно высокие затраты НИОКР. Устанавливая высокие цены на свою продукцию и объясняя это высоким качеством, предприятие может параллельно формировать престижный спрос на

Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата	

свою продукцию.

- Проведение политики «снятия сливок», или «сбора урожая».

Предприятие устанавливает максимально возможную цену на свою продукцию, используя благоприятно складывающуюся на рынке ситуацию, например, неограниченный рост цен, неустойчивый курс национальной валюты, кризис экономики, резкий скачок инфляции, дефицитность данного продукта на рынке. Понимая, что такая ситуация не продлится долго, предприятие за короткий срок получает прибыль, во много раз превышающую тот ее размер, который возможен в нормальных условиях функционирования рынка. Через определенный промежуток времени предприятие начинает постепенно снижать цену, стараясь привлечь к себе дополнительных потребителей, или уходит с рынка при невозможности обеспечить дальнейшее поступление прибыли.

- Краткосрочное увеличение объемов сбыта продукции.

Используя благоприятно сложившуюся конъюнктуру рынка, предприятие устанавливает очень низкую цену на свою продукцию, стремясь реализовать как можно больший объем продукции. Понятно, что для проведения такой политики даже в краткосрочном периоде предприятие должно иметь достаточно низкие издержки производства, а покупатели должны обладать повышенной чувствительностью к изменению цен.

- Принцип максимизации текущей прибыли.

Предприятие, придерживающееся этого принципа, оценивает спрос и издержки применительно к разным уровням цен и выбирает такую цену, которая обеспечивает максимум поступлений текущей прибыли и наличности, а также максимум возмещения затрат. Во всех подобных случаях текущие финансовые показатели для предприятия важнее долговременных. Для применения этого принципа предприятие должно рассчитывать два основных показателя, опираясь на которые оно строит свою деятельность: спрос на продукцию и издержки производства. В результате цена будет устанавливаться на самом высоком уровне, который соответствует спросу на продукцию и может значительно превышать издержки производства.

Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата	

Рассмотрим основные принципы ценообразования:

1. Научная обоснованность цен. Речь идет о необходимости учета при ценообразовании объективных экономических законов. Научной обоснованности установления цен способствует тщательный сбор и анализ информации относительно действующих цен, уровня издержек, соотношения спроса и предложения, других рыночных факторов. Особое значение приобретает прогнозирование макро- и микроэкономических показателей. Полнота информационного обеспечения процесса ценообразования становится ключевым моментом в обосновании уровня цен.

2. Принцип целевой направленности цен. Предприятие должно определить, какие экономические и социальные задачи оно будет решать в результате использования выбранного подхода к ценообразованию.

3. Принцип непрерывности процесса ценообразования. Согласно этому принципу продукция на каждом этапе изготовления имеет свою цену. Кроме того, в реальной рыночной ситуации постоянно корректируется уровень действующих на рынке цен.

4. Принцип единства процесса ценообразования и контроля за соблюдением цен. Целью контроля является проверка правильности применения установленных законодательством правил ценообразования. Прежде всего, это имеет отношение к установлению цен на продукцию предприятий-монополистов и на продукцию первой необходимости, имеющую большое социальное значение. За нарушение установленных государством принципов ценообразования предусматриваются административные и экономические санкции.

При разработке ценовой политики предприятия может рассматриваться вопрос о ценовой тактике, которая представляет собой еще более ограниченную по времени применения программу действий для достижения текущих целей предприятия, предполагающую использование определенных способов, например: единой линии цен, что предусматривает одновременную продажу в течение короткого промежутка времени на одной торговой площади разных товаров по одной определенной цене; принципа падающего убыточного лидера, когда

Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата	

предприятие рекламирует и продает свою основную продукцию по заниженной цене (либо по цене выше себестоимости, но ниже обычной цены) и тем самым привлекает потребителей ко всей ассортиментной группе изделий, реализуемых одновременно с удешевленными основными товарами, но по обычным ценам; межсезонных распродаж, ярмарок и т.д.

1.5 Сущность и функции цен в рыночной экономике

Одними из ключевых элементов рыночной экономики являются цены, ценообразование, ценовая политика. Цена – денежное выражение стоимости товара. Ранее в России господствовала система стабильных, утверждаемых государством оптовых и розничных цен. Они не отвечали общественно необходимым затратам труда. В 1991 г. после начала рыночных реформ цены резко возросли, все более приближаясь по своим масштабам по отдельным товарам к мировым.

Согласно основным положениям экономической теории, в цене находят отражение:

1. Динамика затрат на производство продукта;
2. Показатели производительности труда;
3. Темпы инфляции;
4. Текущее отношение спроса и предложения;
5. Степень монополизации рынка;

Правильное определение цены позволяет предприятию:

- увеличить рентабельность производства;
- повысить конкурентоспособность фирмы и ее товара на рынке;
- освоить более широкий сегмент рынка;
- поднять уровень устойчивости и стабильности функционирования фирмы на рынке.

Фирма устанавливает исходную цену, а затем корректирует ее с учетом различных факторов, действующих в окружающей среде.

Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата	

На основе цен осуществляется оборот общественного продукта между сферами производства и потребления, отраслями материального производства и непромышленной сферы, отдельными предприятиями с различными формами собственности, а также производится перераспределение национального дохода путем формирования системы налогообложения.

Цена и ценообразование – центральные элементы рыночной экономики. Цены обслуживают весь оборот по приобретению и реализации товаров.

Цены играют важную роль и в предпринимательской деятельности каждого предприятия, так как от их уровня зависят конечные результаты деятельности, в том числе прибыль и рентабельность. Цены выступают основным фактором в решении таких вопросов, как определение рынков сбыта продукции, целесообразность производства товара и оказания услуги, расчета издержек производства, определения объемов инвестиций.

1.6 Влияние рыночной конъюнктуры на ценовую политику предприятия

Главный принцип экономики предприятия — возмещение всех затрат на производство и реализацию продукции для получения прибыли, присваиваемой владельцами предприятия, а также необходимой для развития производства и улучшения условий жизни персонала предприятия. Этот принцип реализуется путем рационального ценообразования с учетом издержек производства и спроса на продукцию.

Цена — денежное выражение стоимости единицы товара. Цена означает количество денег, за которое продавец согласен продать, а покупатель готов купить единицу товара.

Рыночная цена играет роль регулятора отношений между производителем и потребителем, т. е. является механизмом обеспечения равновесия спроса и предложения, а следовательно, цены и стоимости.

В соответствии с законами спроса и предложения рост цен и превышение их над реальной стоимостью товара являются следствием появления

Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата		

увеличивающегося спроса и недостатка поступающего на рынок товара.

В условиях избытка товаров, когда предложение превышает спрос, производитель вынужден понижать цены, которые иногда не только не обеспечивают намеченной прибыли, но и могут быть ниже себестоимости товара.

С помощью цен соизмеряются затраты и результаты деятельности предприятия, экономически обосновываются наиболее выгодные варианты капитальных вложений, стимулируются производство и потребление, а также качество товара

На рынке чистой конкуренции функционирует большое количество производителей (продавцов), которые реализуют продукцию по рыночным ценам. Никто из производителей в такой ситуации не в состоянии повысить цену, так как покупатели могут удовлетворить свои потребности по рыночным, более низким ценам. Таким образом, на рынке действует единая рыночная цена.

Рынок монополистической конкуренции характеризуется множеством продавцов, предлагающих однородные частично отличающиеся товары. Разброс цен на товары объясняется их отличием в качестве, оформлении, в затратах и т. д. Для получения производителем сведений, необходимых для доведения продукции до требований рынка, широко используется цена пробной продажи.

На олигополистическом рынке действует сравнительно небольшое количество продавцов, поскольку новому товаропроизводителю сложно преодолеть конкуренцию товаропроизводителей, прочно закрепившихся на рынке и принимающих разные меры для устранения с рынка появляющихся конкурентов, например, временное снижение цен.

Рынок чистой монополии представлен одним товаропроизводителем.

Цены на товары устанавливаются в зависимости от целей государственной или частной монополии. Этот рынок основывается на монопольной цене. Обычно она устанавливается на основе договоренности с государственной властью, а при возможности — из условия максимизации прибыли текущего года.

В целях обеспечения конкурентности отечественной продукции на внешних рынках, характерных совершенной конкуренцией, рассмотрим влияние

Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата		

конъюнктуры конкурентных рынков на ценовую политику предприятия.

От рынка, на котором реализуется продукция, зависит политика цен товаропроизводителя, поэтому при ее формировании необходимо учитывать конъюнктуру рынка, характеризуемую:

- типом рынка, устанавливаемым исходя из конкурентности товара, так как стратегия ценообразования в значительной степени обусловлена позицией товара на рынке;

- динамикой спроса и предложения товаров;
- тенденцией динамики цен.

Для анализа влияния конъюнктуры рынка на поведение фирмы и ценообразование используем следующие понятия:

- общий доход, получаемый фирмой от продажи продукции и равный произведению ее цены и количества;

- удельный доход, получаемый от продажи единицы продукции и равный ее цене при совершенной конкуренции;

- предельный доход — изменение в общем доходе фирмы, вызванное увеличением ее продаж на дополнительную единицу товара.

В зависимости от экономического состояния фирма должна решить вопрос о ее положении на рынке: стоит ли ей продолжать свою деятельность или продолжать, но в каком объеме выпускать продукцию.

правило 1: фирма должна прекратить производство, если общий доход от продажи любого объема продукции не превосходит предельных издержек. Если обе части этого неравенства разделить на величину объема выпуска, то получим другую интерпретацию правила 1: фирма должна прекратить производство, если цена товара не превосходит удельных переменных издержек.

Если фирма намерена продолжать свою деятельность при достигнутом уровне, то она должна решить, в каком объеме выпускать продукцию. При этом еще одна единица дополнительно произведенной продукции должна дать выручку, превышающую издержки производства этой дополнительной единицы товара, т. е. дающую прибыль. В таком случае следует продолжить выпуск такой продукции.

Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата	

Если же очередная единица продукции приводит к снижению прибыли, то необходимо прекратить увеличение ее выпуска, так как по закону снижающейся отдачи ресурсов (увеличивающихся предельных издержек) дальнейшее расширение производства будет снижать предельную выручку.

Отсюда исходит правило 2: для достижения максимальной прибыли фирма должна производить такой объем продукции, при котором предельная выручка равняется предельным издержкам.

В условиях совершенной конкуренции присущи следующие свойства рынка:

1) по причине множества фирм на однородном рынке ни одна фирма не может повлиять на его конъюнктуру: рыночная цена не зависит от издержек производства и цены товара одной фирмы;

2) покупателю безразлично товар какой фирмы приобретать на однородном рынке;

3) отрасль производства и рынок однородных товаров открыты для входа и выхода любого количества фирм.

В связи с изложенными обстоятельствами приведем два направления в деятельности фирмы по повышению ее прибыли:

1) снижение издержек производства выпускаемой продукции;

2) повышение качества продукции при стабильных издержках производства.

Применительно к рынкам других типов необходима другая ценовая политика фирмы.

Для установления цены используется коэффициент ценовой эластичности спроса, т. е. степень влияния относительного изменения цены (ДЦ/Ц) на относительное изменение количества выпускаемой на рынок продукции (ДВ/В). Этот показатель характеризует чувствительность спроса на продукцию к изменению ее цены. На основе цены товаропроизводитель сможет определить величину выручки.

Коэффициент ценовой эластичности спроса определяется отношением, рассчитывается по формуле (1)

Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата		

$$кэл = (ДВ/В) / (ДЦ/Ц), \quad (1)$$

где В и Ц — средние значения, т. е. полу сумма нового и прежнего значений выпуска и цены продукции.

Если $кэл > 1$, то спрос эластичен по цене, если $кэл < 1$, то спрос неэластичен, и если $кэл = 1$, то говорят, что эластичность спроса по цене равна единице.

Виды цен и факторы, влияющие на них:

В зависимости от взаимоотношений продавца и покупателя и состава ресурсов, воплощенных в товаре, в коммерческой практике используется множество видов цен.

Исходной базой для формирования разных цен товара является цена производства, равная сумме издержек производства (И) и средней (нормативной) прибыли:

$$Пр = И(1 + g), \quad (2)$$

где g — рентабельность производства.

Вокруг этой цены колеблются разные цены реализации товара.

- закупочная, обеспечивающая покрытие издержек производства и получение прибыли;

- отпускная, по которой предприятие отпускает, отдает свой товар потребителям;

- оптовая, по которой поставляются крупные партии товара;

- розничная, по которой ведется штучная продажа товара;

- свободная рыночная (розничная), по которой производится купля-продажа товара на данном рынке;

- прейскурантная — справочная (для информации покупателей), считающаяся номинальной;

- государственная — обычно ограниченная (в течение определенного

Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата		

периода) цена товара, услуги и ресурсов, и регулируемая государством;

- контрактная — договорная цена, указываемая в контракте (ее разновидности: твердая, не подлежащая изменению, и скользящая, изменяющаяся в зависимости от внешних условий, например инфляции и даты поставки, биржевой котировки);

- мировая — цена реализуемого товара на мировом рынке, например цена барреля нефти, тонны пшеницы.

На величину цен влияют внешние и внутренние факторы.

Внешние факторы:

- форма собственности в экономике (преимущественно государственная — цены формируются государством; многоукладная — цены формируются преимущественно рынком);

- состояние экономики (подъем, спад, уровень инфляции, платежеспособность предприятий и населения);

- состояние рынка ресурсов (их доступность и цены);

- способ регулирования цен: административный (фиксированные государственные цены на некоторые предметы жизненной необходимости) или экономический (налоги, дотации, таможенная политика, квоты, льготы, курс национальной валюты и др.).

Внутренние факторы:

- организация производства и поставок материалов,

- совершенство технологии производства,

- издержки производства и себестоимость продукции,

- стратегия ценообразования.

Этими факторами можно управлять при выработке ценовой политики, так как они определяют издержки производства. Снижение издержек позволяет предприятию получить «запас прочности» при ценовой конкуренции.

Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата		

2 ОРГАНИЗАЦИОННО – ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРЕДПРИЯТИЙ - ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ МОЛОЧНОЙ ПРОДУКЦИИ КЕМЕРОВСКОЙ ОБЛАСТИ

2.1 Исследование рынка молочной продукции

На территории Кемеровской области находятся предприятия по производству молочной продукции, такие как: ОАО «Кемеровский молочный комбинат», ООО «Анжерское молоко», ООО «Деревенский молочный завод», ООО МПО «Скоморошка», ОАО «Гормолзавод», ОАО «Юргинский гормолзавод». Характеристика данных предприятий представлена в таблице 2.1.

Таблица 2.1 - Характеристика предприятий-производителей молочной продукции по городу Кемерово и Кемеровской области

Наименование предприятий	Краткая информация
1	2
ОАО «Кемеровский молочный комбинат» г. Кемерово; ул. Тухачевского 54;	- производство молочных продуктов; - маслодельная, сыродельная и молочная (без производства молочных консервов);
ООО «Анжерское молоко» г. Анжеро-Судженск; Магистральная улица 1;	-производство цельномолочной продукции; -производство обработанного жидкого молока; -маслодельная, сыродельная и молочная (без производства молочных консервов).
ООО «Деревенский молочный завод», п. Промышленная	-производство молочных продуктов; - маслодельная, сыродельная и молочная (без производства молочных консервов);
ОАО «Юргинский гормолзавод» г. Юрга; ул. Шоссейная 31;	-производство цельномолочной продукции; -маслодельная, сыродельная и молочная (без производства молочных консервов);

Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата					

Продолжение таблицы 2.1

1	2
ОАО «Гормолзавод» г. Киселевск; Клубная улица 5;	-производство цельномолочной продукции; -маслодельная, сыродельная и молочная (без производства молочных консервов)
ООО «Молочное производственное объединение «Скоморошка, г Кемерово; пр. Кузнецкий 99;	- производство цельномолочной продукции; - маслодельная, сыродельная и молочная (без производства молочных консервов);

В таблице 2.1 была представлена краткая характеристика предприятий-производителей молочной продукции.

2.2 Региональная структура производства молочной продукции за 2013-2015г.г.

Молочная продукция – незаменимый компонент полноценного и здорового питания. Регулярное употребление молока и молочных продуктов способствует правильному развитию детского организма и нормальному функционированию взрослого. Молочная продукция включает в себя молоко и кисломолочную продукцию, такую как кефир, сметана, творог, йогурт, ряженка, простокваша и др.

Молоко – излюбленный продукт детей в любом возрасте, служит источником питательных веществ и строительного материала для организма, содержит белки, жиры и углеводы в оптимальном для усвоения сочетании. Среди аминокислот, входящих в состав молока, 8 относятся к незаменимым, т.е. они не синтезируются в организме и обязательно должны поступать извне с продуктами питания. Не случайно великий русский физиолог Иван Петрович Павлов называл молоко «изумительной пищей, приготовленной самой природой и отличающейся исключительной удобоваримостью, и питательностью».

Регионы СФО по производству цельномолочной продукции: Красноярский

Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата	

край, Новосибирская область, Алтайский край, Омская область, Иркутская область, Томская область, Кемеровская область и другие, представленные на рисунке 2.1.

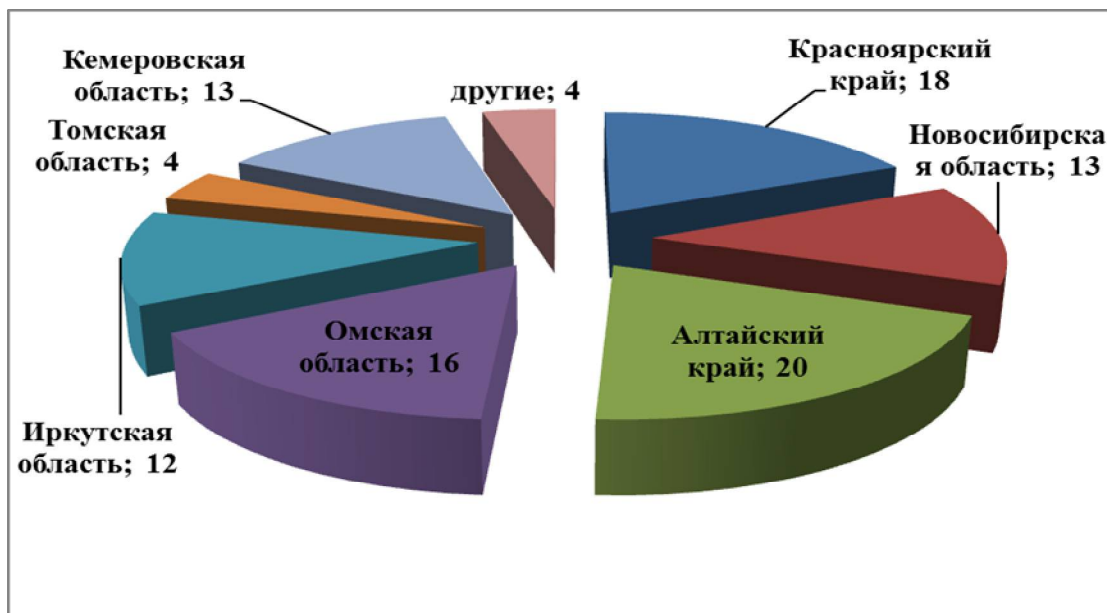


Рисунок 2.1 - Региональная структура производства молочной продукции с Сибирского Федерального Округа в 2013г, %.

Из рисунка видно, что первое место занимает Алтайский край-20%; далее Красноярский край - 18%; Омская область- 16%; Кемеровская область- 13%; Новосибирская область- 13%; Иркутская область- 12%; Томская область- 4%; и другие- 4%.

Так же на рисунке 2.2 и 2.3 представлено, что происходит в 2014 и 2015 годах.

Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата	

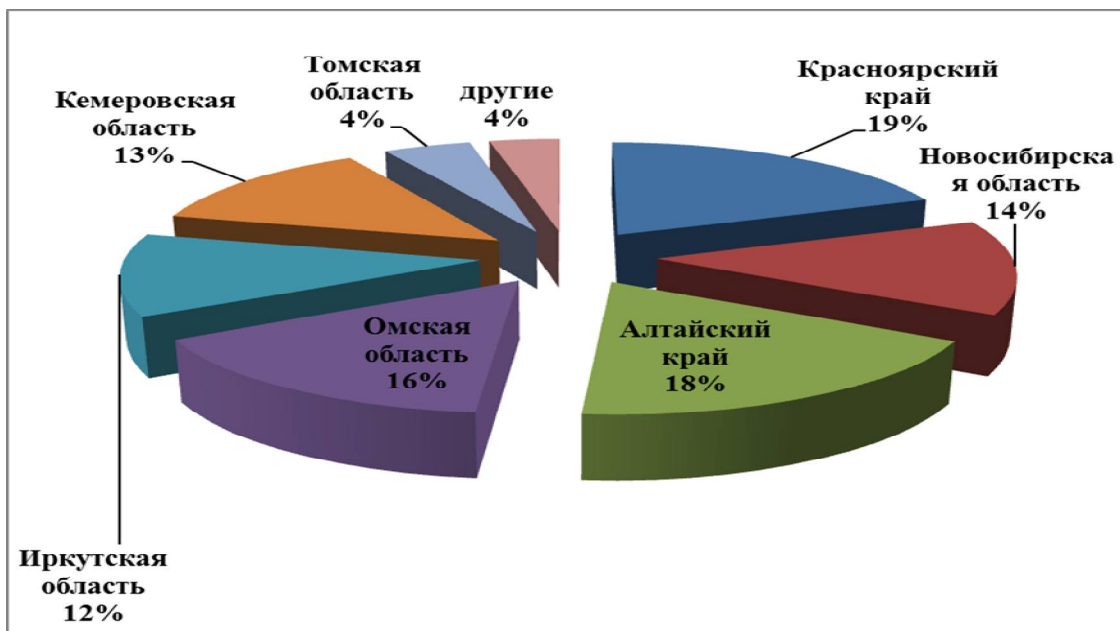


Рисунок 2.2 - Региональная структура производства цельномолочной продукции в СФО в 2014г, %

Региональная структура производства молочной продукции в Сибирском Федеральном Округе в 2014г, изменилась, и как видно из рисунка, первое место занимает Красноярский край- 19% далее Алтайский край-18%; Омская область- 16%; Новосибирская область- 14%; Кемеровская область- 13%; Иркутская область- 12%; Томская область- 4%; и другие- 4%.

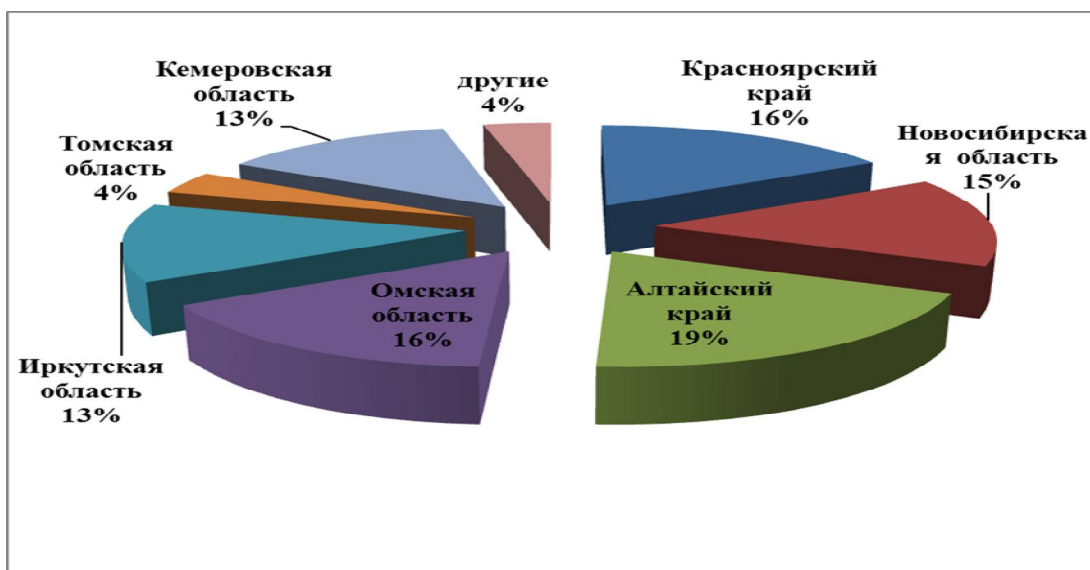


Рисунок 2.3 - Региональная структура производства молочной продукции в СФО в 2015г.г., %

Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата	

Из рисунка 2.3 видно, что в 2015 году первое место занимает- Алтайский край-19%; следом Красноярский край- 16%; Омская область- 16%; Новосибирская область- 15%; Кемеровская область- 13%; Иркутская область- 13%; Томская область- 4% и другие- 4%.

Таким образом, проанализировав структуру производства молочной продукции СФО видно, что она имеет свои изменения, а именно: в 2013 году лидером производства молочной продукции был Алтайский край 20%; но уже в 2014 году он ушел на второй план и лидером стал Красноярский край - 19%; в 2015 Алтайский край становится лидером 19%; а Красноярский край составил 16%.

Рассматривая Кемеровскую область, можно сказать, что в 2013 году она была на 4 месте и составляла 13% как и Новосибирская область; в 2014 году Кемеровская область была на 5 месте и составила 13%, Новосибирская область вырвалась вперед и составила 14%; в 2015 году Кемеровская область заняла так же 5 место и составила так же 13%.

2.2.1 Структура рынка цельномолочной продукции Кемеровской области за 2013-2015г.г.

Цельное молоко – это молоко, имеющее естественную жирность, то есть, ту жирность, которую имеет нормальное, свежесвыдоенное молоко. Такое молоко не подвергается процессу сепарации жира. Однако естественная жирность – величина не постоянная и колеблется в пределах 2,8 – 5%. Даже у одного животного жирность молока меняется не только в течение года, но и в течение суток и даже в процессе одной дойки. Когда же речь идет о молоке, полученном от нескольких животных, говорить о стандартах не приходится. В этой связи жирность цельного молока указывается в виде диапазона «от ... до ... процентов», но она не может быть ниже 2,8%. Затем цельное молоко подвергается термической обработке в соответствии с утвержденными на предприятии требованиями. Кроме того, обычно цельное молоко гомогенизируется, что лишает его особого вкуса парного молока, превращая в понятный и знакомый нам

Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата	

продукт.

Отличительной особенностью нашего рениона является высокий фактор сезонности при производстве молока. Среднероссийский коэффициент сезонности, т.е. соотношение объемов летнего и зимнего молока, составляет 1,54, а в СФО он равен 1,71.

Структура производства цельномолочной продукции предприятиями Кемеровской области 2013г. представлена на рисунке 2.4.

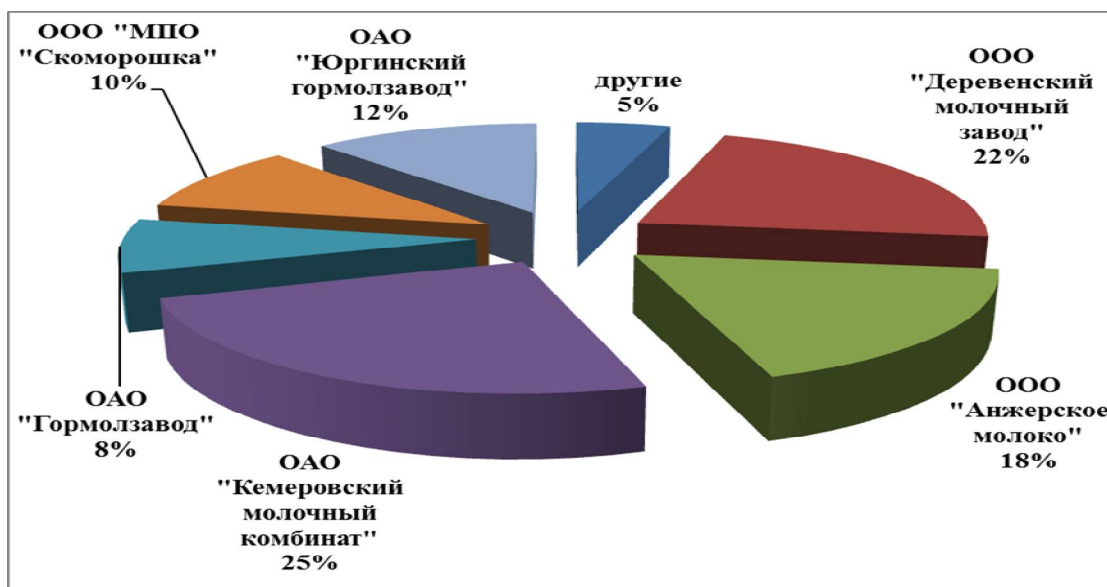


Рисунок 2.4 - Структура производства цельномолочной продукции предприятиями Кемеровской области в 2013году, %

Из рисунка 2.4 видно, что лидером по производству продукции занимают ОАО «Кемеровский молочный комбинат» (25%), ООО «Деревенский молочный завод» (22%) и ООО «Анжерское молоко» (18%).

Структура производства цельномолочной продукции предприятиями Кемеровской области в 2014году представлена на рисунке 2.5.

Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата	

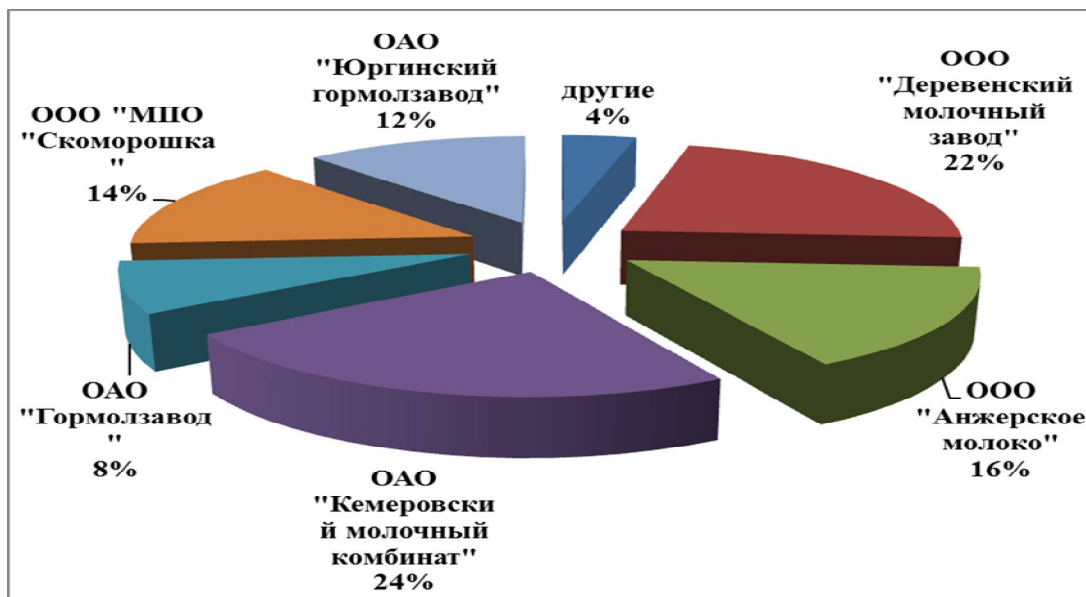


Рисунок 2.5 - Структура производства цельномолочной продукции предприятиями Кемеровской области в 2014 году, %

Из рисунка 2.5 видно, что лидирующие позиции также занимают ОАО «Кемеровский молочный комбинат» (24%), ООО «Деревенский молочный завод» (22%) и ООО «Анжерское молоко» (16%).

Структура производства цельномолочной продукции предприятиями Кемеровской области 2015г. представлена на рисунке 2.6.

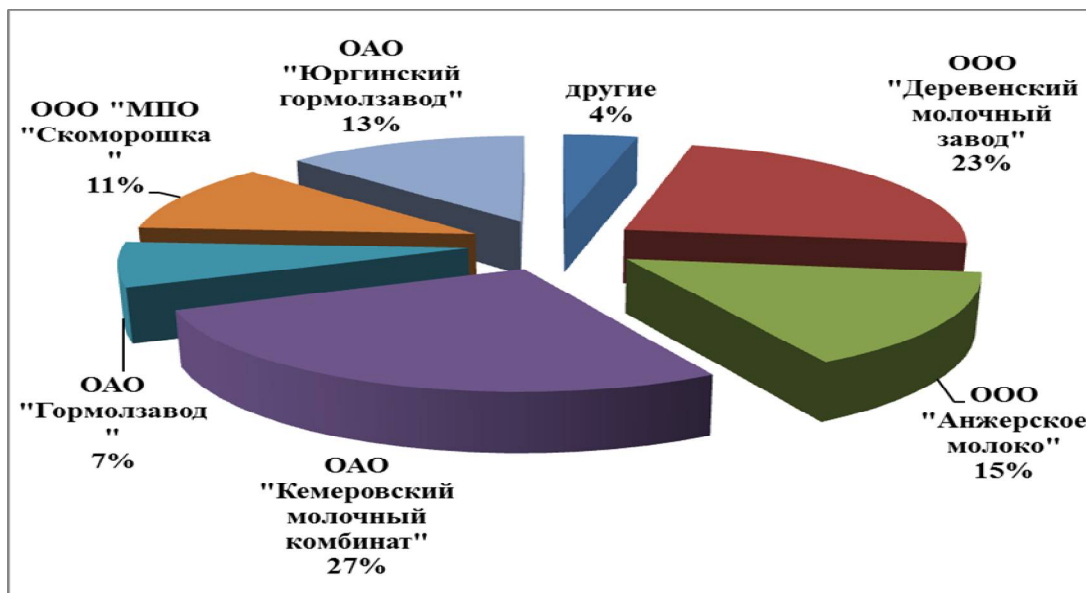


Рисунок 2.6. Структура производства цельномолочной продукции предприятиями Кемеровской области в 2015 году, %

Из рисунка 2.6 видно, в 2015 году лидерами производства молочной продукции были те же предприятия, что и в 2013 и 2014 годах.

Из рисунков 2.4-2.6 видно, что ОАО «Юргинский гормолзавод» наращивает свое производство, так, в 2013 году оно составило 12% от общей структуры производства молочной продукции по Кемеровской области, в 2014 году производство так же составило 12 % и в 2015 году выросло до 13%; ООО «Скоморошка» не устойчиво себя ведет в 2013 году, так, производство цельномолочной продукции составило 10%, когда в 2014 году производство выросло на 14%, но в 2014 году опять сократилось производство цельномолочной продукции до 11% от общего производства молочной продукции в Кемеровской области.

2.2.2 Рынок кисломолочной продукции Кемеровской области

2013 – 2015 г.г.

Явным лидером на рынке кисломолочной продукции является кефир – традиционный продукт для российского потребителя. Его покупают 80% потребителей, «Снежок» покупают 5%, «Варенец» – 2%, «Ряженку» – 3%. Интересно обратить внимание на бифидокефир, который является относительно новым и дорогим продуктом. Но его потребляют 10% потребителей. Это показывает на то, что потребители обращают внимание на свое здоровье и согласны платить за него высокую цену. Структура кисломолочной промышленности области за 2013 год представлена на рисунке 2.7.

Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата	

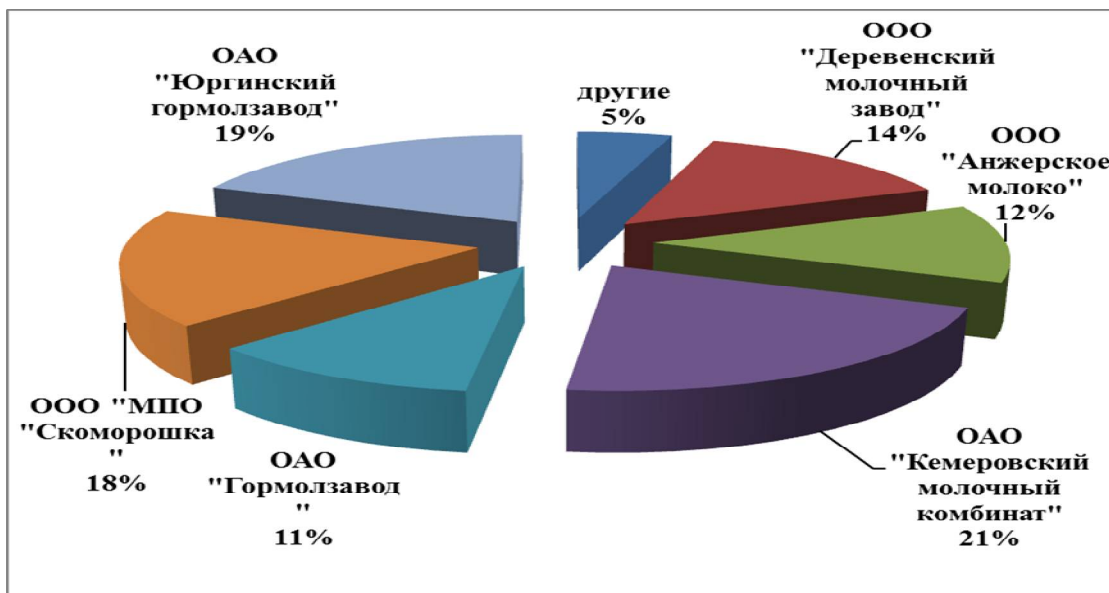


Рисунок 2.7 - Структура производства кисломолочной продукции предприятиями области за 2013 год

Среди производителей кисломолочной продукции лидером является: ОАО «Кемеровский молочный комбинат» - 21%; затем ОАО «Юргинский ГМЗ» - 19%; на третьем месте находится ООО «Скоморошка» - 18%. Доля других производителей — 5%. Это указывает на то, что не все покупатели обращают внимание на фирму-производителя.

За 2014 год структура кисломолочной промышленности области представлена на рисунке 2.8.

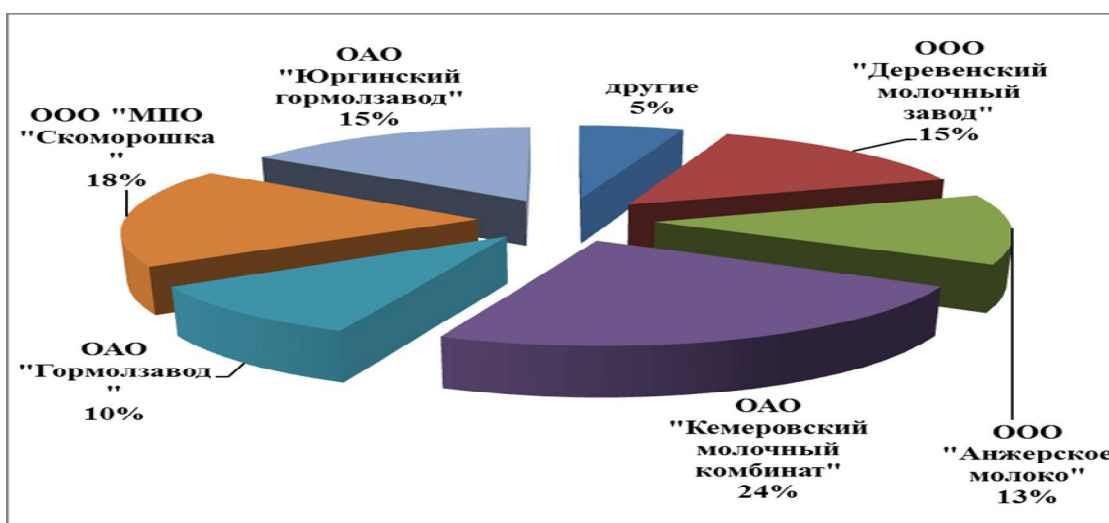


Рисунок 2.8 – Структура кисломолочной промышленности области за 2014год

Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата	

Среди производителей кисломолочной продукции в 2014 году к лидерам добавился ООО «Деревенский молочный завод», имеющий 15% от общего производства кисломолочной продукции.

Рынок кисломолочной продукции за 2015 год представлен на рисунке 2.9.

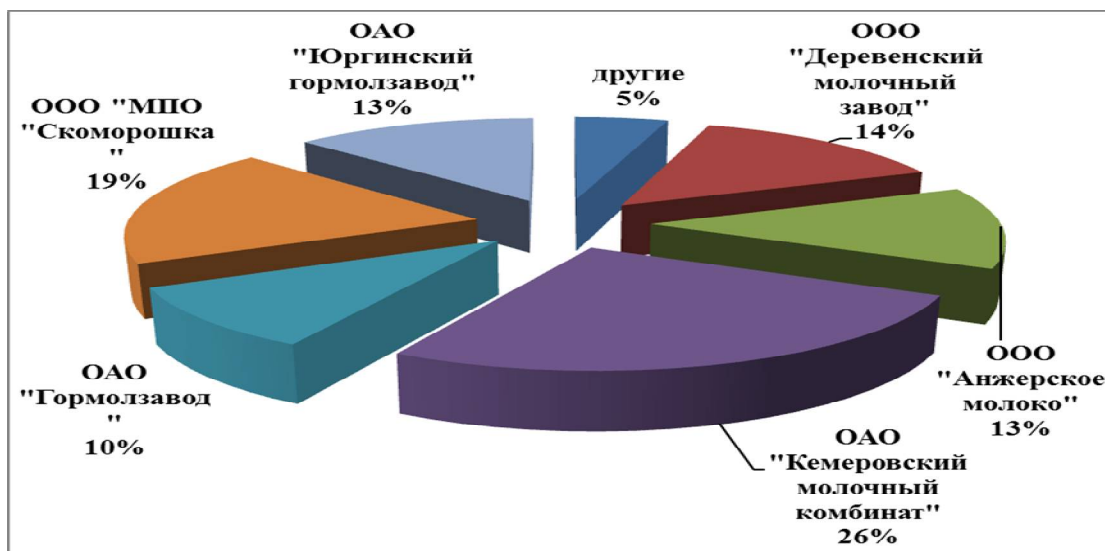


Рисунок 2.9 – Структура кисломолочной промышленности области за 2015 год

Среди производителей кисломолочной продукции в 2015 году лидерами стали ОАО «Кемеровский молочный комбинат» - 26%; ООО «Скоморошка» - 19% и ООО «Деревенский молочный завод» - 14%.

Рисунки 2.7-2.9 показывают структуру кисломолочной промышленности за период 2013-2015г.г.

2.2.3 Структура рынка нежирной молочной продукции Кемеровской области за 2013-2015 г.г

Нежирная молочная продукция - это обезжиренное молоко (как готовый продукт, а не как вторичное сырье, направляемое на выпойку скота) и продукция, произведенная из него: пастеризованное обезжиренное молоко, сыр, творог, творожные сырки, творожная масса, кисломолочные напитки.

Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата	

Основным производителем нежирной молочной продукции в Кемеровской области является ООО «МПО «Скоморошка», продукция на 2015 год составляет 48% совокупного объема производства. Также, производство нежирной продукции ведется в ООО «Анжерское молоко» и в ОАО «Кемеровский молочный комбинат».

Структура нежирной молочной продукции за 2013 г. представлена на рисунке 2.10.

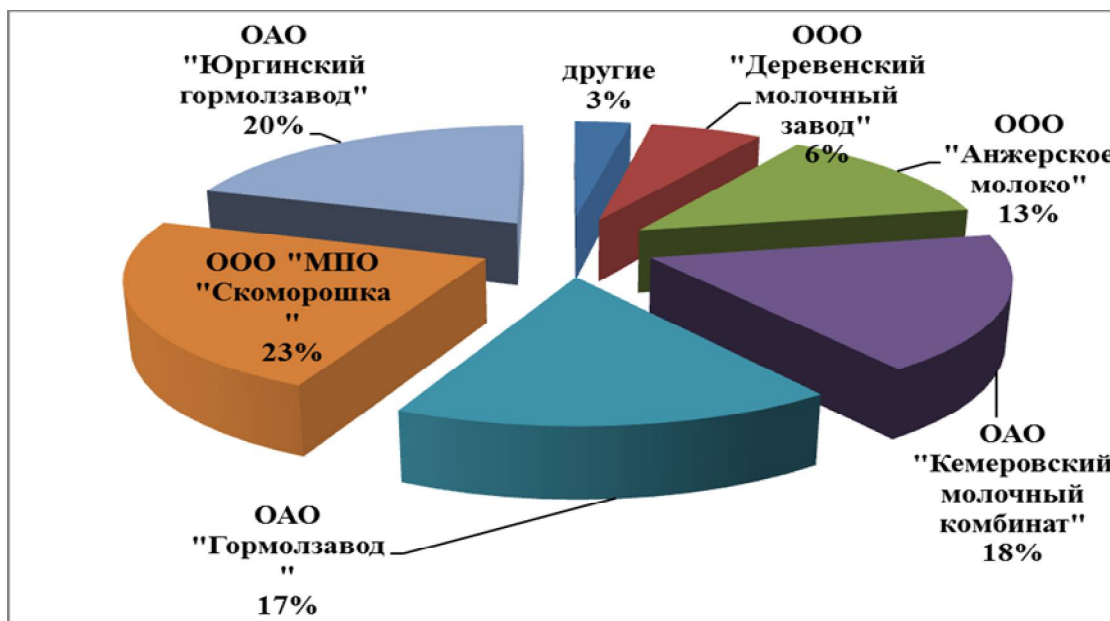


Рисунок 2.10 - Структура производства нежирной молочной продукции предприятиями Кемеровской области за 2013 год

Из рисунка 2.10 видно, что лидером на 2013 год является- ООО МПО «Скоморошка»-23%, ОАО «Юргинский ГМЗ» - 20%; ОАО «Кемеровский молочный комбинат» - 18%; ООО «Гормолзавод» - 17%; ООО «Анжерское молоко» - 13%; ООО «Деревенский молочный завод» - 6% и на долю других производителей приходится 3%.

Структура нежирной молочной продукции за 2014 г. представлена на рисунке 2.1.

Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата	

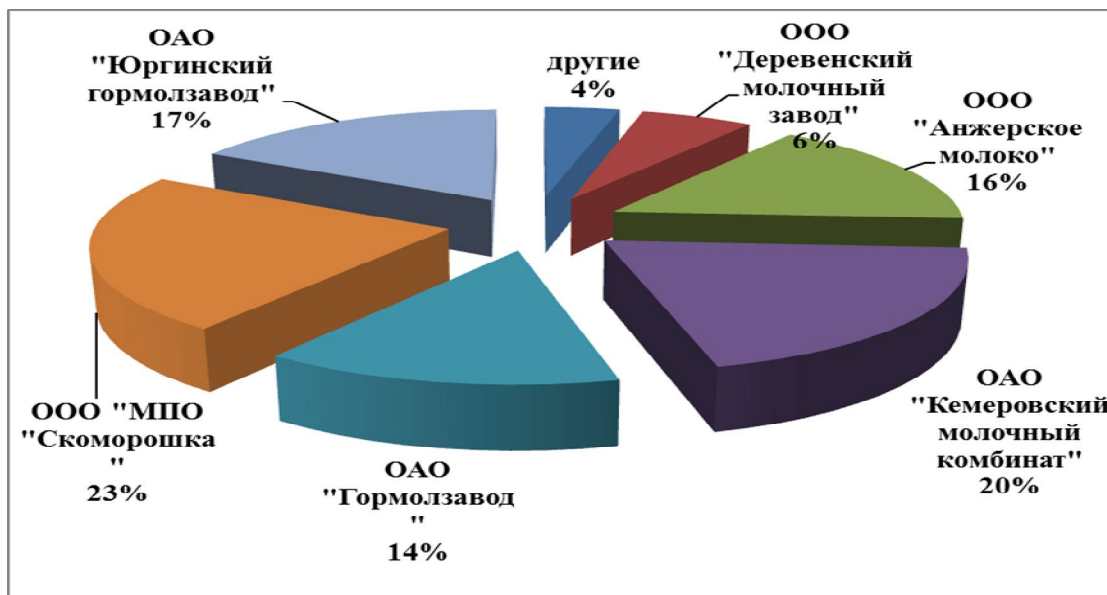


Рисунок 2.11 - Структура производства нежирной молочной продукции предприятиями Кемеровской области за 2014 год, %

Из рисунка 2.11 видно, что в нежирной молочной продукции лидирует ООО «МПО «Скоморошка» - 23 %, далее идет ОАО «Кемеровский молочный комбинат» - 20%; ОАО «Юргинский гормолзавод» - 17%, ООО «Анжерское молоко» - 16 %; ОАО «Гормолзавод» - 14% и ООО «Деревенский молочный завод» - 6%.

Структура нежирной молочной продукции за 2015 г. представлена на рисунке 2.12.

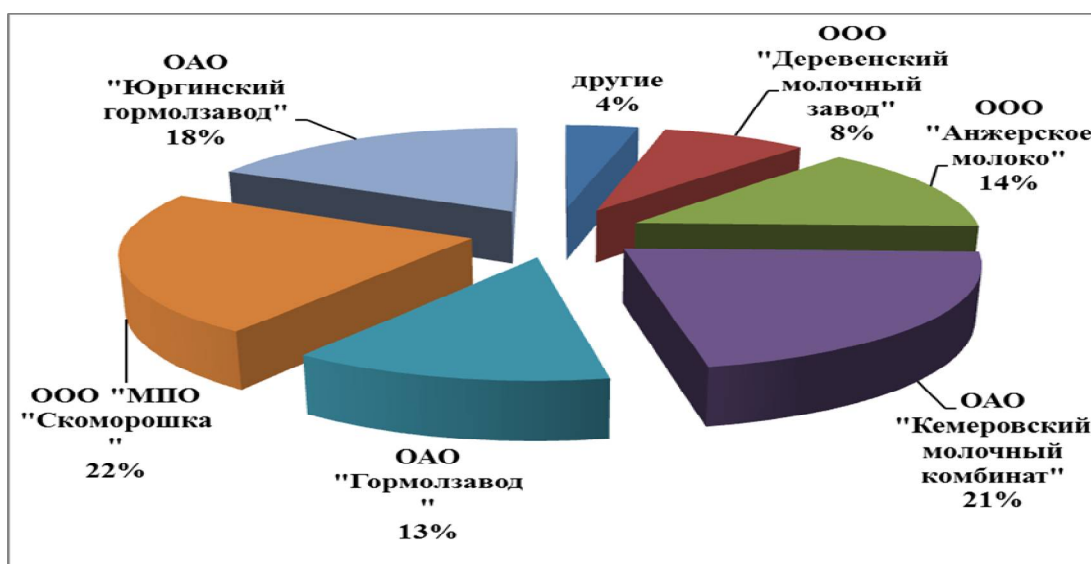


Рисунок 2.12 - Структура производства нежирной молочной продукции предприятиями Кемеровской области за 2015год, %

Из рисунка 2.12 видно, что по производству нежирной молочной продукции лидирует ООО «Скоморошка»- 22%, ОАО «Кемеровский молочный комбинат» - 21%; ОАО «Юргинский гормолзавод» - 18%., ООО «Анжерское молоко» -14%; ОАО «Гормолзавод» - 13%; ООО «Деревенский молочный завод» - 8% и на долю других производителей приходится 4%.

2.2.4 Структура рынка десертной продукции Кемеровской области за 2013 – 2015 г.г

К молочным десертам относятся густые (вязкие) и питьевые йогурты, коктейли, пудинги, муссы, непосредственно десерты, некоторые виды «переходных» продуктов (молочные пасты, кремы и пр.) Десерты из творога подразделяют на творожные массы, мягкие и взбитые творожки, глазированные сырки. Еженедельно молочные и творожные десерты присутствуют на столах более чем у 44% кемеровских семей. Из них 87% покупателей предпочитают йогурты. Среди фасованной творожной продукции наиболее популярны у горожан мягкие творожки – их хотя бы 1 раз в 3 месяца потребляют 60% жителей Кемерово, глазированные сырки – 41%, разнообразные творожные массы предпочитают 35,8%, пудинги, муссы и прочие десерты – 4,5% населения города.

Основной мотив потребления молочных десертов – «функциональный»: возможность перекусить, хорошее дополнение к еде. По данным исследования, более 80% людей, вне зависимости от пола и возраста, едят йогурты дома и, как правило, утром – до, во время или после завтрака. Причем достаточно стабильно в течение всего года этот продукт не подвержен сезонным колебаниям.

Структура производства десертной продукции за 2013 год представлена на рисунке 2.13.

Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата	

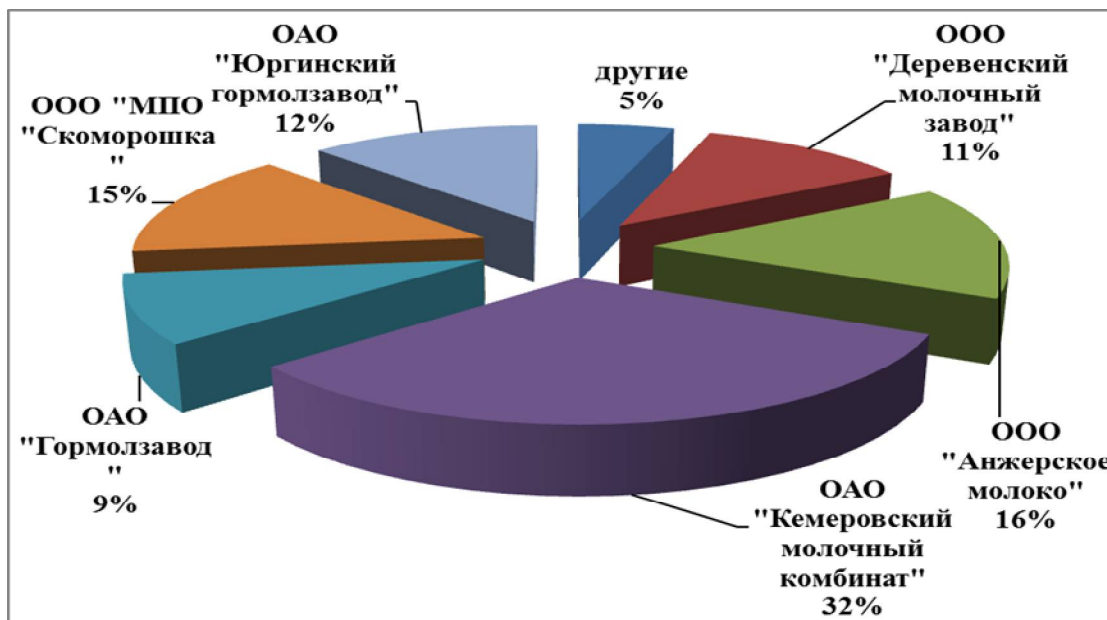


Рисунок 2.13 - Структура производства десертной продукции за 2013 год

Структура производства десертной продукции за 2014 год представлена на рисунке 2.14.

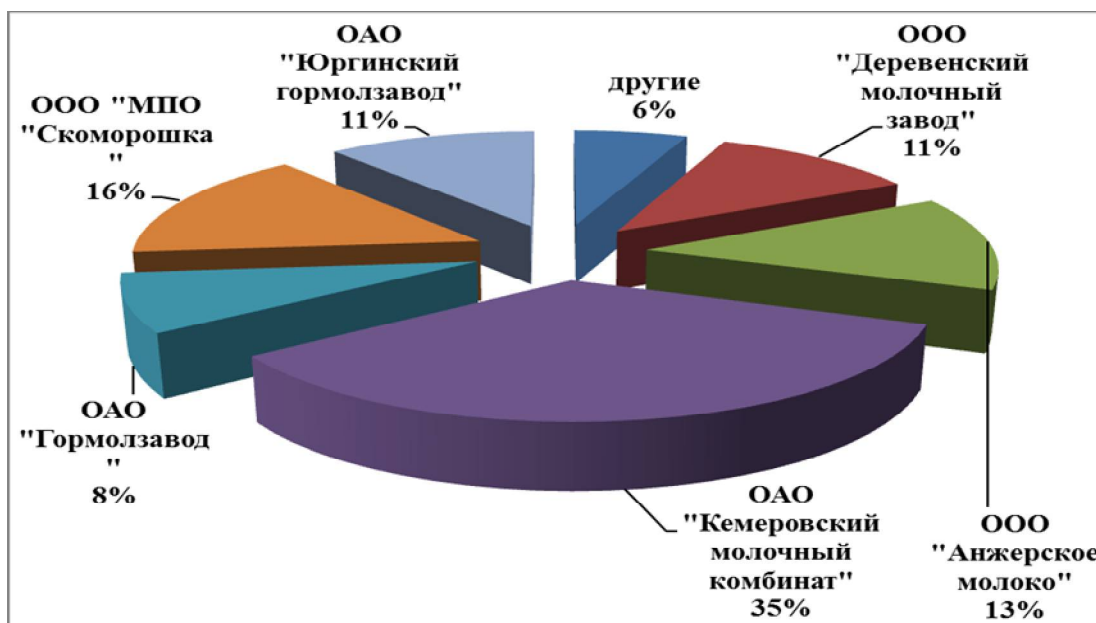


Рисунок 2.13 - Структура производства десертной продукции за 2014 год, %

Из рисунка 2.13 видно, что в структуре производства десертной молочной продукции лидирует ОАО «Кемеровский молочный комбинат» - 35%; следом идет ООО «МПО «Скоморошка» - 16%; далее ООО «Анжерское молоко» - 13%; ООО

Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата	

«Деревенский молочный завод» - 11%; ОАО «Юргинский гормолзавод» - 11%; и ОАО «Гормолзавод»-8%.

Структура производства десертной продукции за 2015 год представлена на рисунке 2.14.

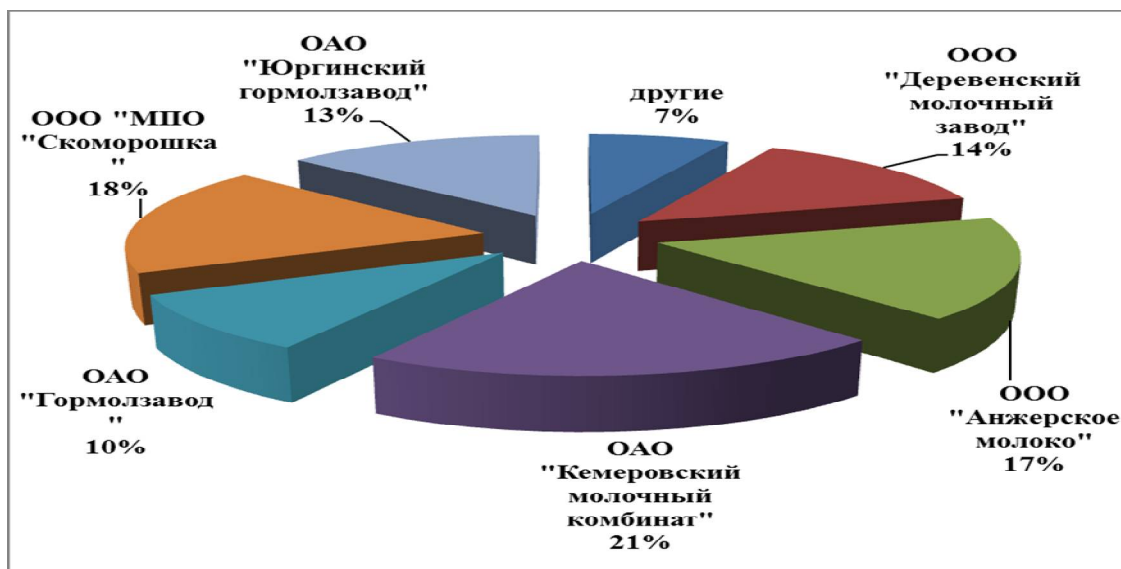


Рисунок 2.14 - Структура производства десертной продукции за 2015 год,%

Из рисунка 2.14 видно, что в структуре производства молочной десертной продукции лидирует «Кемеровский молочный комбинат» -21%; следом идет ООО «МПО «Скоморошка» - 18%; далее ООО «Анжерское молоко» - 17%; ООО «Деревенский молочный завод» - 14%; ОАО «Юргинский гормолзавод»-13% и ОАО «Гормолзавод»-10%.

Любой товар, находящийся на рынке, фактически проходит там проверку на степень удовлетворения общественных потребностей, каждый покупатель приобретает молочный продукт, который максимально удовлетворяет его личные потребности, а вся совокупность покупателей – тот продукт, который наиболее полно соответствует общественным потребностям, нежели конкурирующие с ним товары.

Рынок молочной продукции составляют такие продукты, как: питьевое молоко, сливки, кисломолочные продукты (кефир, ряженка, простокваша), творог, сметана, творожные десерты.

Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата	
------	------	----------	---------	------	--

Заслуженной популярностью пользуются у миллионов людей различных стран мира кисломолочные напитки, т. е. молоко, сквашенное различными видами молочнокислых бактерий. Кисломолочные продукты, и, в частности, напитки имеют многовековую историю. Народы Греции и Рима, Индии и Ближнего Востока, Закавказья уже в далекой древности употребляли кисломолочные напитки, которые готовили из коровьего, овечьего или ослиного молока. У скифов был известен кумыс — кисломолочный напиток из кобыльего молока.

Анализируя три года 2013-2015г.г., можно выявить лидеров молочной продукции, и основное место занимает ОАО «Кемеровский молочный комбинат». За все три года этот комбинат лидирует во всех направлениях производства молочной продукции (цельномолочной, кисломолочной, нежирной и десертной продукции), немного отстают ОАО «Юргинский гормолзавод»; ООО «Анжерское молоко» и ООО «Скоморошка».

2.3 Товарная политика молочной продукции предприятий Кемеровской области

Рынок молочной продукции стремительно насыщается региональными производителями, появляются новые имена фирм - производителей, новая продукция. Для того чтобы добиться повышенного спроса на свою продукцию, предприятие должно вступить в конкурентную борьбу с другими предприятиями.

Сегодня кузбассовцы стараются отдавать предпочтение местным производителям. И причина этого – скорее не в патриотизме, а в заботе о своем здоровье: на прилавки местные продукты попадают прямо с завода. Тем более это важно для молочной продукции. Со своей стороны, местный производитель не стоит на месте, держит марку, модернизирует производство.

Среди всех пищевых продуктов молоко по праву наиболее популярный продукт - самый полноценный, наиболее сбалансированный по незаменимым веществам, рекомендуемый для питания людей всех возрастных категорий. Эффективная система управления качеством и особая технология производства,

Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата	

имеющаяся на предприятиях области, исключая использование консервантов и высокотемпературных режимов, - гарантия вкусной и полезной для здоровья молочной продукции. Молоко на рынке в области представлено в широком ассортименте – отборное, пастеризованное, ультрапастеризованное, топленое, молоко с добавлением витаминов, молоко для детского питания, сливки. Натуральную и качественную продукцию организации поставляют как в торговые предприятия области, так и в соседние регионы.

Производство цельномолочной продукции (в пересчете на молоко) в 2015 году достигло 250 тыс. тонн, что превысило уровень 2014 года на 7%. За 5 лет производство цельномолочной продукции увеличилось в 1,5 раза. В сутки молокозаводы способны вырабатывать до 665 тонн цельномолочной продукции и до 8,3 тонн масла.

Ассортимент молочной продукции, предлагаемый предприятиями, весьма широк и включает ни один десяток наименований, от традиционных молочных продуктов до кисломолочной продукции с «живыми» бифидобактериями, десерты, сливочное масло, сырki творожные.

Заметно увеличивается выпуск современных молочных продуктов, таких как питьевые йогурты с различными фруктово-ягодными наполнителями, молочные коктейли, фреши на молочной основе, пробиотики, напитки на основе сыворотки.

Наибольший вклад в увеличении объемов переработки и расширении ассортимента молочной продукции вносят:

1.ОАО «Кемеровский молочный комбинат» - крупнейшее молокоперерабатывающее предприятие Кузбасса, основанное в 1967 году. На сегодняшний день завод входит в группу компаний Danone в России. Основной вид деятельности – производство молочной продукции.

Комбинат вырабатывает более 150 наименований молочных продуктов в современных видах упаковки. Ассортимент выпускаемой продукции завода составляет 13 категорий: кефир, кисломолочные продукты, молоко отборное, пастеризованное молоко, стерилизованное молоко, молоко топленое, коктейли молочные, питьевые йогурты, густой йогурт, закваска, сметана, творог, ряженка), в

Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата	

том числе 48 наименований продукции.

В настоящее время ОАО «Кемеровский молочный комбинат» производит широкий ассортимент молочных продуктов для всей территории Сибири и Дальнего Востока и насчитывает более 320 наименований, в том числе питьевое молоко, кефирные продукты, сметану и йогурты, детское питание, зерненный творог.

Сейчас постоянно появляется новая продукция, к примеру, на рынок вышел новый продукт «биомороженое», которого раньше трудно было встретить на прилавках магазинов как отечественного, так и импортного производства. Биомороженое отличается выраженными лечебно-профилактическими свойствами при отсутствии каких-либо ограничений и побочных эффектов. На предприятии производятся витаминизированное и десертное молоко, соевые молочные продукты. Гордостью комбината является удивительно нежный, лёгкий и ароматный «Бархатный» творог.

Уже сейчас КМК предлагает покупателям десерты (йогурты, пудинги, желе) со сроком хранения 30 суток, сыры плавленые – срок хранения 20-60 суток, бархатный” творог – 15 суток, сметана 20% жирности – 10 суток, масло крестьянское сладко-сливочное и шоколадное, фасованное в пластиковые стаканчики 15 суток и многое другое.

На сегодняшний день на комбинате под торговыми марками «Простоквашино», «Тёма», «Летний день», «Село луговое», «Био Баланс», «Для всей семьи», способны удовлетворить вкус и потребности покупателей разных возрастов и вкусов. Это и продукты высокого качества молоко, кефир, ряженка, широкий ассортимент продукции для детей и всей семьи, изысканные десерты и многое другое.

Преимущество продукции ОАО «Кемеровский молочный комбинат» - современная, удобная, яркая и привлекательная для покупателя упаковка.

Одним из самых интересных начинаний ОАО «Кемеровский молочный комбинат» начал выпускать ассортимент продукции для детского питания. Детское витаминизированное молоко, кефир и творог для малышей.

Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата		

2.000 «МПО «Скоморошка» - основным направлением деятельности ООО «МПО «Скоморошка» является производство и продажа молочной продукции.

На протяжении более 5 лет предприятие выпускает молочную продукцию, которая круглый год вырабатывается только из натурального коровьего молока (без применения сухого молока), полученного от постоянных поставщиков из экологически чистых районов Кузбасса, без консервантов и стабилизаторов.

Хорошо оснащенная производственная лаборатория следит за поставляемым молоком (молоко на переработку принимается согласно ГОСТу), контролирует технологический процесс, следит за выпускаемой продукцией.

Ассортимент молочной продукции обозначен следующими позициями:

- Молоко жидкое обработанное (производство)
- Молочные продукты (производство)
- Цельномолочная продукция (производство)
- Сметана и жидкие сливки (производство)- Кисло - молочная продукция (производство)
- Творог и сырково - творожные изделия (производство)
- Масло коровье (производство)
- Сыр (производство)

Продукция ООО «МПО «Скоморошка» представлена в таблице 2.2.

Таблица 2.2 – Продукция ООО «МПО «Скоморошка»

№	Продукция
1	2
МОЛОКО	
1	«Российское», 2,5 %, 0,5 л.
2	«Российское», 2,5 %, 1 л.
3	Топлёное молоко, 2,5 %, 1 л.
КИСЛО-МОЛОЧНАЯ ПРОДУКЦИЯ	
4	Кефир, 2,5%, 1 кг.
5	Кефир, 2,5%, 0,5 кг.

Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата	

Продолжение таблицы 2.2

1	2
6	Бифидокефир, 2,5 %, 1 кг.
7	Бифидокефир, 2,5 %, 0,5 кг.
8	Сметана, 10%, 0,5 кг.
9	Сметана, 15 %, 0,5 кг.
10	Сметана, 20 %, 0,5 кг.
11	Сметана, 10 %, 0,4 кг.
12	Сметана, 15 %, 0,4 кг.
13	Сметана, 20 %, 0, 25 кг.
14	Сметана 15 %, 0, 25 кг.
15	Сливки натуральные, 10 %, 0,25 кг.
16	Творог, 5%, 1 кг.
17	Творог, 5%, 0,4 кг.
18	Творог, 5%, 0, 25 кг.
19	Творожная масса, 8%, 0,25 кг.
20	Творожная масса, 8%, 0,25 кг с изюмом.
21	Творожная масса, 8%, 0,25 кг с фруктовыми добавками.
22	Йогурт фруктовый, 2,5%, 0,5 кг
23	Снежок, 2,5 %, 0,5 кг.
24	Ряженка, 2,5%, 1 кг.
25	Ряженка, 2,5%, 0,5 кг.
26	Сырок глазированный, 22 %
МАСЛО	
27	«Крестьянское» без добавок, 72,5 %, 1 кг.
28	«Шоколадное», без добавок, 62%, 0,4 кг.
29	«Крестьянское», 72,5%, 0,4 кг.
30	«Шоколадное», 62%, 0,4 кг.
31	«Крестьянское», 72,5%, 0,2 кг.

Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата	

Продолжение таблицы 2.2

1	2
32	«Шоколадное», 62 %, 0,2 кг.
33	«Крестьянское», 72,5%, 0, 2 кг

3. ООО «Анжерское молоко» - одно из старейших предприятий молочной промышленности Кузбасса. Продукция молзавода всегда славилась отменным вкусом и высоким качеством, и сегодня продолжая славные традиции, коллектив делает все для того, чтобы порадовать кузбассовцев широким ассортиментом натуральных и полезных молочных продуктов.

Работники по праву гордятся своим предприятием, которое выпускает полезные и доступные по цене молочные продукты. Добиться этого помогают традиционные технологии производства с минимальным воздействием на цельное молоко, а также отказ от использования консервантов, стабилизаторов, искусственных загустителей и красителей. Такая продукция запоминается сразу, причем не только покупателям, но и опытным профессионалам.

Конечно, стабильное развитие предприятия невозможно без постоянного расширения ассортимента.

Сегодня завод выпускает более 50 наименований продукции- это молоко и сметана различной жирности, кефир, творог, сливочное масло, йогурт, варенец, снежок, ацидолакт. В числе последних новинок: продукция, обогащённая йодированным белком, витамином С и лактулозой; йогурты с фруктовым наполнителем «Киви-банан» и «Клубника – шиповник». На сегодняшний день предприятие выпускает более 60 наименований молочной продукции на 2-х производственных площадках в городах.

В начале года была установлена современная линия по производству творога с последующей герметичной упаковкой продукта. Благодаря новому оборудованию улучшилось качество продукции и увеличился срок реализации творога. В дальнейших планах предприятия реконструкция отделения приема молока и маслоцеха.

Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата		

Кстати, сегодня продукцию ООО «Анжерское молоко» можно встретить не только в Кузбассе, но и в Томской и Новосибирской областях, в Красноярском крае и на Алтае. Для большинства покупателей уже один только логотип молзавода – абсолютная гарантия вкуса и качества.

Ассортимент молочной продукции обозначен следующими позициями:

- Масло коровье (производство);
- Молочные продукты сгущенные и прочие молочные продукты (производство);
- Сметана и жидкие сливки (производство);
- Творог и сырково- творожные изделия (производство);
- Молоко жидкое обработанное (производство);
- Кисло- молочная продукция.

Продукция ООО «Анжерское молоко» представлена в таблице 2.3

Таблица 2.3 – Продукция ООО «Анжерское молоко»

№	Продукция
1	2
МОЛОКО	
1	Молоко, плёнка, 1%, 1л.
2	Молоко, пюр-пак, 2,5%, 1 л.
3	Молоко плёнка, 3,2%, 2,5%, 1 л.
4	Молоко, обогащённое йодированным белком, плёнка, 2,5%, 1 л.
5	Молоко, обогащённое витамином С, 2,5%, 1 л.
6	Молоко, плёнка, 5%, 1 л.
КИСЛО МОЛОЧНАЯ ПРОДУКЦИЯ	
7	Сметана, пюр-пак, 10%, 0,5 кг, 0,4 кг, 0,2 кг,
8	Сметана, пюр-пак, 15%, 0, 5 кг.
9	Сметана, стакан, 0,2 кг, 0,4 кг.
10	Сметана, пюр-пак, 20%, 0,5 кг

Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата	

Продолжение таблицы 2.3

1	2
11	Ацидолакт, пюр-пак, 2,5%, 0,5 кг
12	Йогурт, пюр- пак, 2,5%, 0,5 кг
13	Йогурт, стакан, 2,5%, 0,4 кг
14	Кефир , плёнка, 1 %, 1л.
15	Кефир, пюр-пак, 2,5%, 1л.
16	Кефир, плёнка, 2,5%, 0,5 кг.
17	Ряженка, пюр-пак, 2,5%, 0,5 кг.
18	Варенец, пюр-пак, 2,5 %, 0,5 кг.
19	Снежок, пюр-пак, 2,5%, 0,5 кг.
20	Творог, флоупак, 5%, 0,18 кг.
21	Творог, контейнер, 5%, 0,4 кг.
22	Творог, фольга, 5%, 0,25кг.
23	Творог обезжиренный, 0,25 кг.
24	Творог, контейнер, 9%, 0,25 кг
25	Творожная масса п/эт. мешок 16,5%, 1 кг.
26	Творожная масса н/ж, 1 кг.
27	Сырок творожный, флоупак, 16,5%, 0,1 кг
28	Сыр адыгейский, весовой, 18%.
29	Йогурт, яблоко обогащенное витамином С, 2,5%, 0,5 кг.
30	Варенец, обогащенный лактулозой, 2,5%, 0,5кг.
МАСЛО	
31	Масло ГОСТ, фольга, 72,5%, 0,18 кг.
32	Масло ГОСТ, контейнер, 72,5%, 0,4 кг, 0,9 кг.
33	Масло шоколадное ГОСТ, контейнер/фольга 0,2 кг и 0,4 кг.
34	Маслице, контейнер, 0,4 кг.

Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата	

4. ООО «Деревенский молочный завод» - расположено предприятие в Промышленновском районе в непосредственной близости от сырьевой базы. Предприятие активно модернизирует производство, имеется линия по производству собственной упаковки. С 2008г. предприятие последовательно реализует планы по организации розничной сети.

В перспективных планах ООО «Деревенский молочный завод» открытие цеха по производству йогуртов.

Структура предприятия имеет признаки вертикальной интеграции: собственное стадо КРС, перерабатывающее предприятие, торговый дом.

Ассортимент молочной продукции обозначен следующими позициями:

- Молоко;
- Сметана и жидкие сливки;
- Творог и сырково - творожные изделия;
- Масло сливочное;
- Сыр;
- Молоко полуснятое (пониженной жирности);
- Молочные и кисло - молочные продукты;
- Сливки;
- Сырки глазированные, массы сырковые.

5. ОАО «Гормолзавод», г. Киселёвск

ОАО «Гормолзавод» – был основан 24 октября 2002 года. Полное официальное наименование – ОТКРЫТОЕ АКЦИОНЕРНОЕ ОБЩЕСТВО ГОРМОЛЗАВОД. Сегодня продукция Киселёвского «Гормолзавод» в особых представлениях не нуждается. Её высокие вкусовые качества и полезные свойства по достоинству оценили жители Кузбасса.

Будучи одним из лидеров по производству молочной продукции в Кузбассе, предприятие осознает свою социальную ответственность перед жителями региона. Это не только сохранение трудового коллектива в период кризиса и регулярные налоговые отчисления, но прежде всего – ответственность перед потребителями. Самая важная задача сегодня – поставлять кузбассовцам качественную и

Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата	

разнообразную молочную продукцию, формируя тем самым культуру здорового питания. Со временем было осуществлено техническое перевооружение завода, увеличились производственные мощности, расширился ассортимент.

Если в период своего становления предприятие перерабатывало в среднем 10 тонн молока в сутки, то благодаря постоянной работе по поиску поставщиков и рынков сбыта готовой продукции сегодня переработка молока в среднем достигает 50 тонн в сутки. Ассортимент выпускаемой заводом молочной продукции составляет более 40 наименований. Это как традиционные продукты: молоко, кефир, сметана, творог, сливочное масло, – так и всевозможные вкусные новинки, такие как бифидокефир и сыр «Адыгейский».

С 2004 года продукция гормолзавода выпускается под торговой маркой «Сибирская Милена». Увидеть её можно не только в Киселёвске и соседнем Прокопьевске, но и в Междуреченске, Ленинск-Кузнецком, Таштаголе, Белово, Новокузнецке.

Основным видом деятельности является производство цельномолочной продукции. Отрасль по ОКОНХ: «Маслодельная, сыродельная и молочная (без производства молочных консервов).

На предприятии также не перестают совершенствоваться собственно процессы производства молочной продукции. Это произошло благодаря модернизации технологи, и при этом вкусовые качества остались по-прежнему отличными, а в его составе отсутствуют «вредные» красители, консерванты, стабилизаторы – все только натуральное.

Ассортимент молочной продукции обозначен следующими позициями:

-молоко питьевое с массовой долей жирности от 1, 2% до 4,5%, подвергнутое другим видам термообработки;

-продукты сырные в порошке;

- сырки творожные, в т.ч. глазированные;

- сыр с плесенью из козьего, овечьего, буйволиного молока;

- продукты кисломолочные сухие для детского питания;

- сливки с массовой долей жира более 35% стерилизованные;

Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата		

- масло сливочное стерилизованное солёное с массовой долей жира от 50% до 79%, содержанием влаги не более 16%.

Продукция завода представлена в таблице 2.4.

Таблица 2.4 - Продукция ООО «Анжерское молоко»

№	Продукция
1	2
МОЛОКО	
1	Молоко, пленка, 2,5%, 0,9 л. и 1 л.
2	Молоко, пленка, 4 %,1 л.
3	Молоко,пленка 2,7%, 1 л.
4	Сыворотка, 1 л.
5	Молоко, пюрпак, 2,5 %, 4 %, 1 л.
6	Молоко, пюрпак, 2,5 %, 3.2%, 0,5 л.
7	Кефир, пюрпак, 1%, 2,5%, 1 л.
8	Кефир, 2,5%, 0,5 л.
9	Кефир, плёнка, 2,5 %,1 л. и 0,5 л.
10	Снежок, пюрпак/ плёнка 2,5 %,0,5 л.
11	Ряженка, пюрпак, 2,5 %, 0,5 л.
12	Бифидокефир, 2,5 %, 0,5 л.
13	Йогурт, 2,5 %, 0,5 л.
14	Сметана,10 %, 15%, 20%, 0,2 л. и 0,4 л.
15	Творог, весовой, 5%.
16	Творог, фольга, 5%, 0,25 кг.
17	Сыр адыгейский, вакуумная упаковка, 45%.
МАСЛО	
18	Масло «Крестьянское», 72,5%, 0,4 кг, 0,18 кг, 20 кг.

6. ОАО «Юргинский гормолзавод» - (ОАО «ЮГМЗ») – одно из перспективных агропромышленных предприятий Кемеровской области,

Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата	

основанное в 1935 году, производит в сутки более 40 наименований продукции. За отличное качество Гормолзавод награжден: «Гран-при», двенадцатью Золотыми, тремя Серебряными и двумя Бронзовыми медалями, Дипломами 1- 3 степени. « За выдающийся вклад в социально-экономическое развитие России» ОАО «Юргинский гормолзавод в 2003 году награждено Главной всероссийской премией «Российский Национальный Олимп». В 2004 году торговая марка Юргинского гормолзавода признана Лучшей торговой маркой.

Превосходное качество, гибкая ценовая политика, высокая квалификация специалистов всех звеньев, удовлетворение пожеланий клиентов, своевременная доставка продукции в любые точки региона, оригинальный дизайн позволяют продукции ОАО «Юргинский гормолзавод» быть конкурентоспособной на молочном рынке Кузбасса, Томкой и Новосибирской областей.

Сегодня ОАО «Юргинский гормолзавод» производит свыше 50 наименований продукции: молоко, кефир, «Ряженку», «Бифидок», «Снежок», Масло сливочное «Крестьянское», «Бутербродное», масло комбинированное «Городское», «Десертное» спред, «Шоколадный», сыр «Адыгейский», творог, сметану, молоко сухое цельное и обезжиренное, йогурты.

На заводе работает служба контроля качества, которая осуществляет контроль за свежестью и соответствию ГОСТам. Весь ассортимент - это натуральный продукт, не содержащий ни каких консервантов и примесей. Это стало благодаря слаженной работе коллектива профессионалов, высшему уровню культуры производства, постоянному развитию.

Устойчивый спрос на молочную продукцию, жесткая конкуренция на рынке вынуждает искать новые решения. Именно поэтому девизом предприятия стал лозунг: «ВКУСНАЯ И ТОЛЬКО НАТУРАЛЬНАЯ ПРОДУКЦИЯ».

На 10-й Юбилейной Российской агропромышленной выставке «Золотая осень» ОАО «Юргинский гормолзавод» награждён дипломами и серебряными медалями за «Сметану с минимальной долей жирности 10% и Ряженку», а на Международной выставке – ярмарке «Экспосибирь» награждён золотой медалью за «Молоко питьевое 2,5% жирности».

Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата	

Основной вид деятельности – перевозки молочных продуктов, производитель готовой молочной продукции.

Виды продукции: молоко, творог, масло сливочное.

Дополнительные виды деятельности:

- производство сметаны и жидких сливок;
- производство кисломолочной продукции;
- производство творога и сырково – творожных изделий;
- производство молока, сливок и других молочных продуктов в твердых формах;
- производство коровьего масла;
- производство сгущённых молочных продуктов и молочных продуктов, не включенных в другие группировки;
- производство мороженого;

Продукция ОАО «Юргинский гормолзавод» представлена в таблице 2.5.

Таблица 2.5 - Продукция ОАО «Юргинский гормолзавод»

№	Продукция
1	2
МОЛОКО	
1	Молоко питьевое, пастеризованное, 1,5%, 2,5%, 3,5%, 6% 1 л
2	Молоко питьевое, пастеризованное, 2,5 %, 0,5%.
КИСЛОМОЛОЧНАЯ	
3	Кефир, 2,5%, 0,5 кг, 0,9 кг.
4	Кефир «Бифидок», 2,5 %, 0,5 кг.
5	Кефир «Обезжиренный», 0,5 кг.
6	Ряженка, 2,5%, 0,5 кг.
7	Напиток кисломолочный «Снежок», 1%, 0,5 кг.
8	Сметана, 15 %, 0,2 кг, 0,4 кг.
9	Сметана, 10 %, 0,4 кг.
10	Сметана, 15%, кг.

Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата	
-----	------	----------	---------	------	--

Продолжение таблицы 2.5

1	2
11	Сметана, 30%, 0,2 кг.
12	Творог весовой, 18%, кг
13	Творог. фас, 18%, 0,45 кг
14	Творог фас.полист./конт., 18%, 0,3 кг.
15	Творог «Обезжиренный», весовой, 0,20 кг, 0,45 кг.
16	Крем творожный с изюмом, с курагой, с ванилином, 0%, 0,1 кг.
17	Сливки фас.полист./ст, 10%, 0,3л.
18	Сыр адыгейский, 45 %
19	Йогурт, 2,5 %, 0,5 кг
20	Йогурт простой, 0,4 кг.
МАСЛО	
21	Масло сливочное «Крестьянское», 72,5%, кг, 0, 180 кг.

2.4 Динамика цен на сырое молоко и молочные продукты рынка Кемеровской области

Цены на цельномолочную продукцию имеет устойчивую динамику, которая адекватна динамике цен на сырье (молочная и кисломолочная продукция). За анализируемый период цена на молоко увеличилась в 3,6 раза (без учета инфляции). Цены на кисломолочные продукты так же увеличились в 3,1раза, цены на молочные продукты увеличились на 3,8 раз.

Динамика цен на молоко и кисломолочную продукцию на кемеровском рынке в 2005-2015г., руб. за кг., представлена на рисунке 2.15.

Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата	

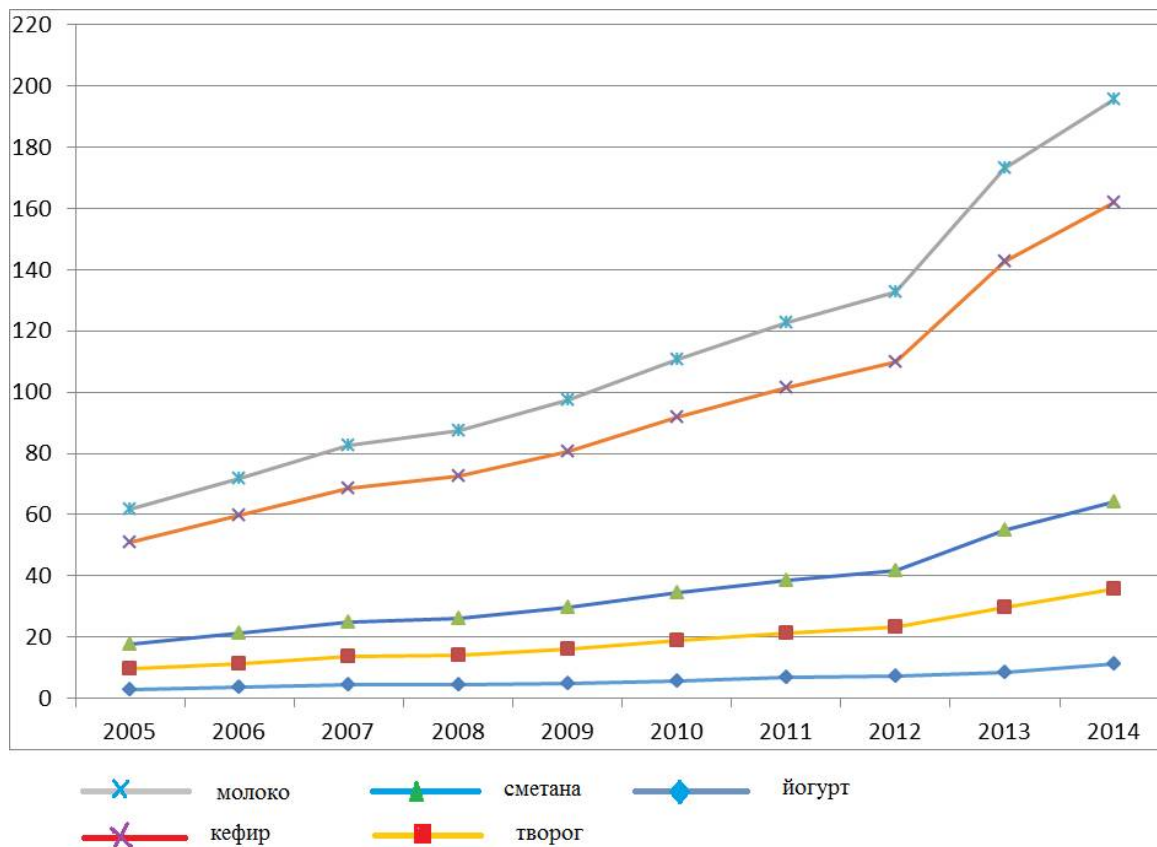


Рисунок 2.15 - Динамика цен на молоко и кисломолочную продукцию на кемеровском рынке в 2005-2014г., руб. за кг.

Из рисунка 2.15 видно, что высокая стоимость молочной продукции стала динамично развиваться в период с 2013 – 2014 г.г. Основной причиной, является сокращение производства ряда молочных продуктов, так же причиной повышения цен является рост курса валют, и сокращение производства. Так же в кисломолочных продуктах рост ценовой политики наблюдается с 2013 – 2014 г.г., но изменение цен идет не с сильной динамикой, более стабильно, чем в молочной продукцией.

Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата

3 АНАЛИЗ ЦЕНОВОЙ ПОЛИТИКИ ПРЕДПРИЯТИЙ - ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ МОЛОЧНОЙ ПРОДУКЦИИ Г.КЕМЕРОВО И КЕМЕРОВСКОЙ ОБЛАСТИ

На ценообразование продукции значительное влияние оказывают конкуренты, производящие аналогичную продукцию. Предприятие не может установить высокую цену по сравнению с конкурентами, т.к. в этом случае возникает риск потери потребителей. Так же неотделимой частью является неравномерность спроса по сезонам, при реализации молока предприятие сталкивается с тем, что в летний период, когда хозяйство получает наибольшие надои, возникают трудности, обусловленные снижением спроса на продукцию в связи с тем, что продукт быстро портится при высоких температурах и таким образом требует соблюдения определенных условий хранения.

По результатам маркетинговых исследований видно, что предпочтения людей при выборе молочной продукции меняются по ряду определенных причин, основной из которых является изменение цен на молочную продукцию.

Рассмотрим динамику изменения средней цены на молочную и кисломолочную продукцию разных производителей за период 2013-2015г.г.

3.1 Динамика ценовой политики по производителям молочной и кисломолочной продукции

3.1.1 Динамика ценовой политики молочной и кисломолочной продукции за 2013 год

В данной таблице представлены все производители и средние цены на молочную и кисломолочную продукцию города Кемерово и Кемеровской области за 2013 год.

Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата	

Таблица 3.1- Динамика средней цены на молочную и кисломолочную продукцию за 2013 год

Производители	Молоко	Кефир	Сметана	Творог	Йогурт
ОАО «Кемеровский молочный комбинат»	34,9	42,4	31,6	44,2	35,9
ООО «Анжерское молоко»	33,8	43,1	35,2	39,9	36,5
ОАО «Юргинский гормолзавод»	36,5	46,9	32,5	43,9	25,5
ООО «МПО «Скоморошка»	28,9	45,3	37,5	47,8	30,8
ОАО «Гормолзавод»	28	34	37,5	48,3	29,8
ООО «Деревенский молочный завод»	34,9	44,8	45,3	51,5	29,9

Рассмотрим более подробно ценовую политику предприятий молочной и кисломолочной продукции.

Динамика средней ценовой политики молочной продукции: молоко.

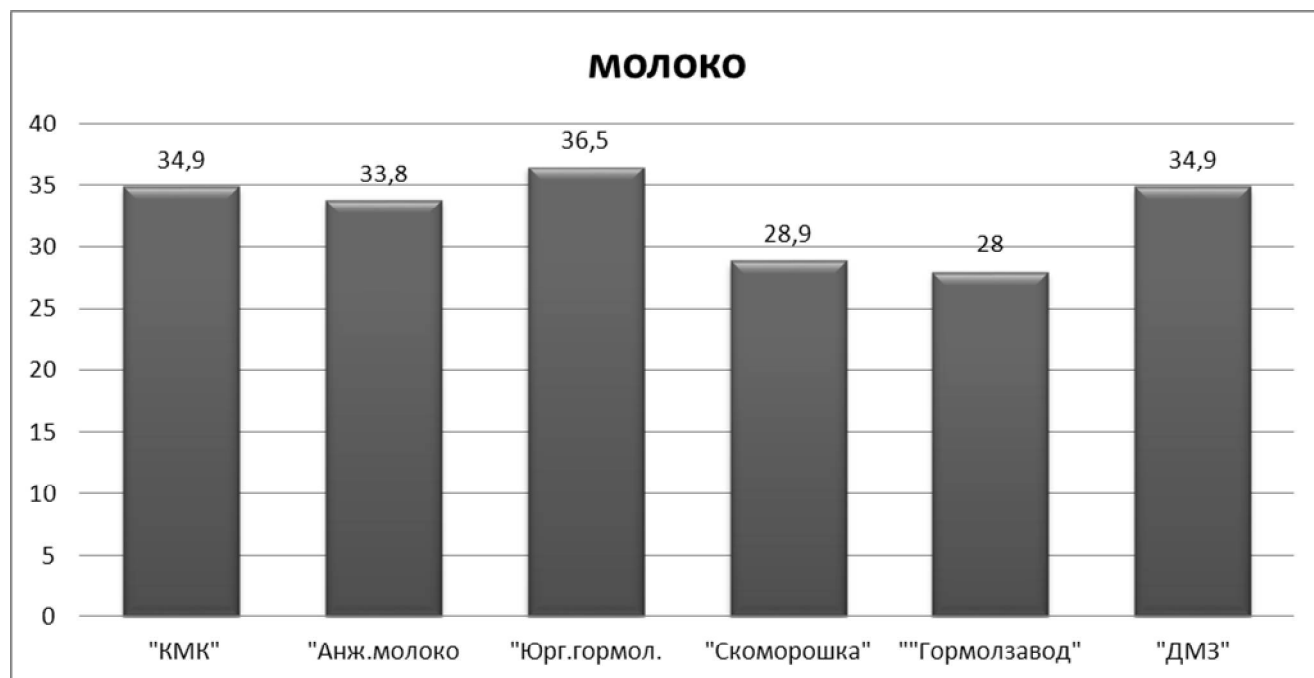


Рисунок 3.1 - Динамика средней цены на молочную продукцию за 2013 год

Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата
-----	------	----------	---------	------

Из рисунка 3.1 видно, что самая высокая цена на молоко составила 36,5 рублей – ОАО «Юргинский гормолзавод»; чуть меньше цена идет у двух производителей, это ОАО «Кемеровский молочный комбинат» и ООО «Деревенский молочный завод» - 34,9 рублей; ООО «Анжерское молоко» - 33,8 рублей; ООО «МПО» «Скоморошка» - 28,9 рублей; и самая минимальная цена у ОАО «Гормолзавод» - 28 рублей.

Динамика ценовой политики кисломолочной продукции: кефир.

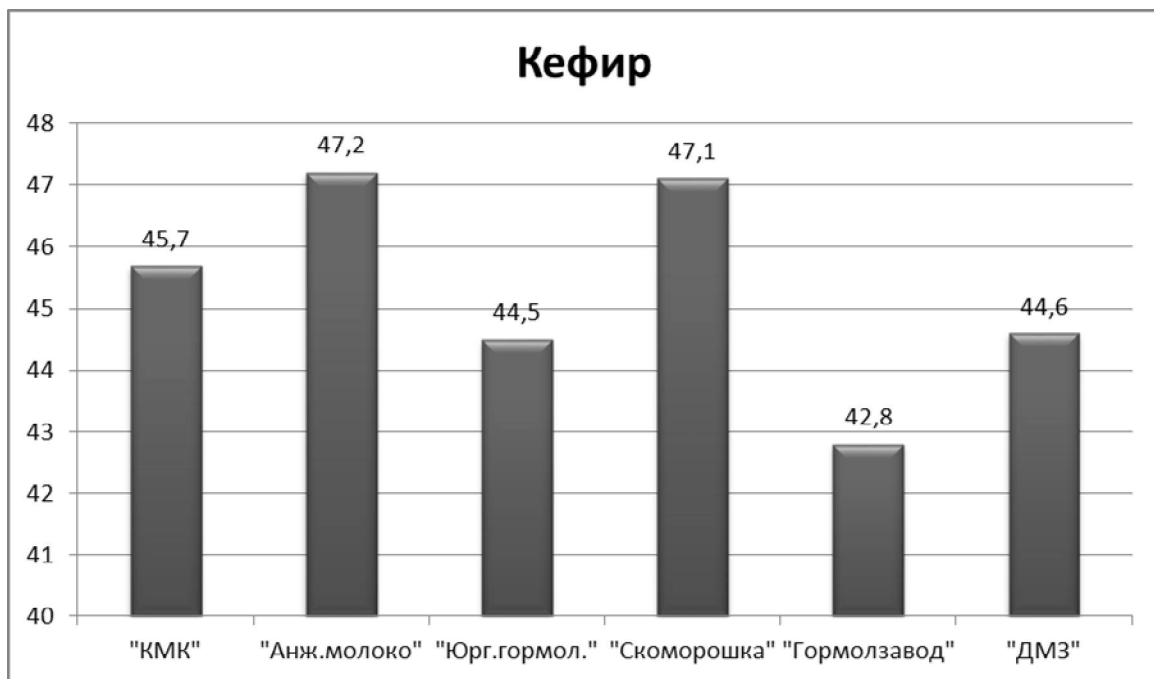


Рисунок 3.2 - Динамика средней цены на кисломолочную продукцию за 2013 год

Из рисунка 3.2 видно, что наиболее высокая цена на кисломолочную продукцию составила 47,2 рублей – ООО «Анжерское молоко»; чуть меньше цена составила у ООО «МПО» «Скоморошка»- 47,1 рублей; далее ОАО «Кемеровский молочный комбинат» - 45,7 рублей; после идет ООО «Деревенский молочный завод»- 44,6 рублей; и наименьшая цена составила у ОАО «Гормолзавод»- 42,8 рублей.

Динамика ценовой политики кисломолочной продукции: сметана.

Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата	

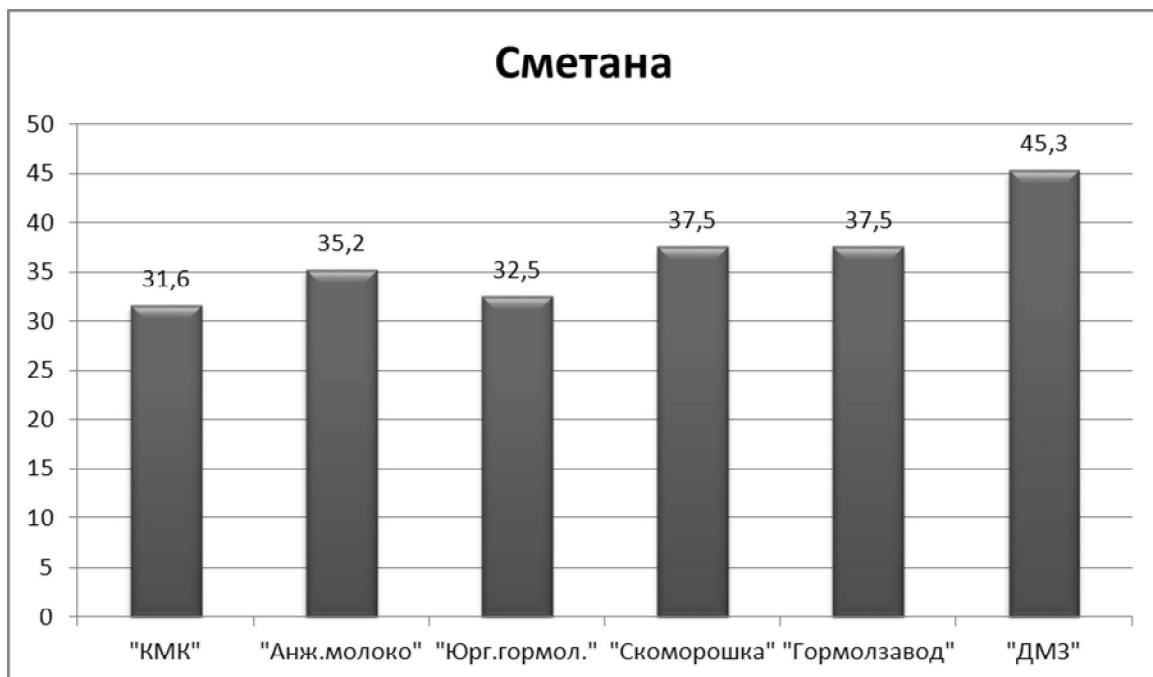


Рисунок 3.3 - Динамика средней цены на кисломолочную продукцию
за 2013 год

Из рисунка 3.3 видно, что наиболее высокая цена- 45,3 рублей у ООО «Деревенский молочный завод»; ООО «МПО» «Скоморошка» - 37,5 рублей; и ОАО «Гормолзавод»-37,5 рублей; далее идет ООО «Анжерское молоко»- 35,2 рублей; чуть меньше цена была у ОАО «Юргинский гормолзавод» - 32,5 рублей; и самая наименьшая цена была зафиксирована у ОАО «Кемеровского молочного комбината» - 31,6 рублей.

Динамика ценовой политики кисломолочной продукции, а именно творог.

Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата	

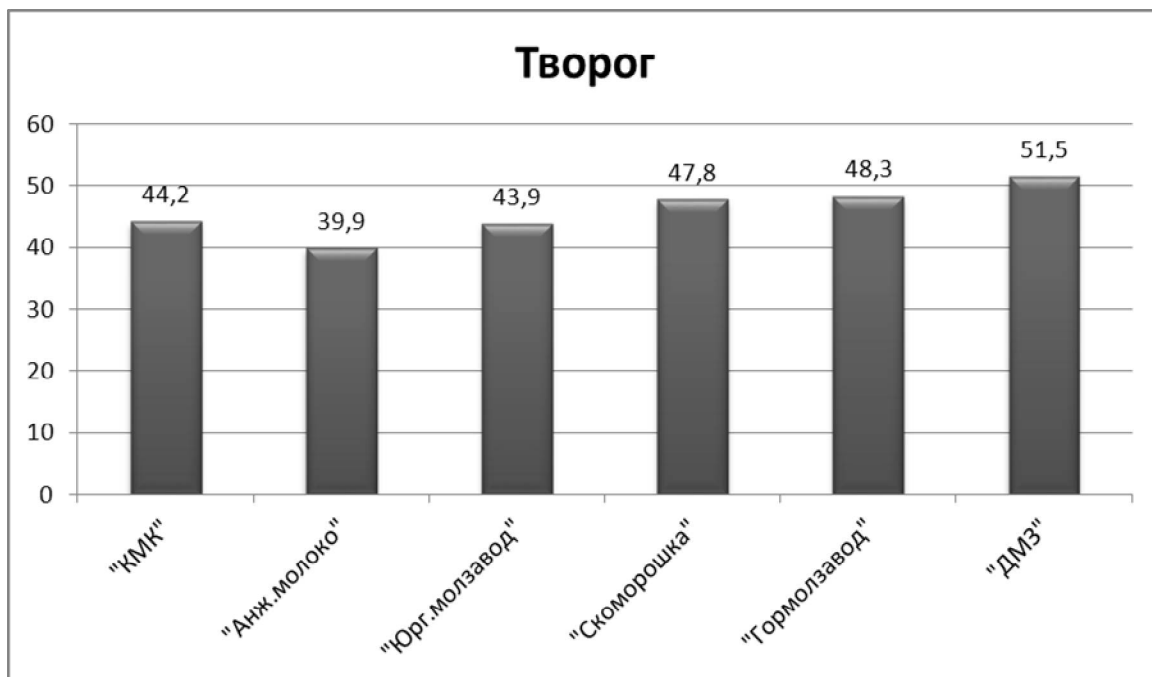


Рисунок 3.4 - Динамика средней цены на кисломолочную продукцию
за 2013 год

Из рисунка 3.4 видно, что наиболее высокая цена была зафиксирована у ООО «Деревенского молочного завода» - 51,5 рублей; далее идет ОАО «Гормолзавод» - 48,3 рублей; далее с незначительным изменением ООО «МПО» «Скоморошка» - 47,8 рублей; цена у ОАО «Кемеровского молочного завода» - 44,2 рублей; и наименьшая цена была зафиксирована у ООО «Анжерское молоко» - 39,9 рублей.

Динамика ценовой политики десертной молочной продукции, а именно йогурта:

Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата	

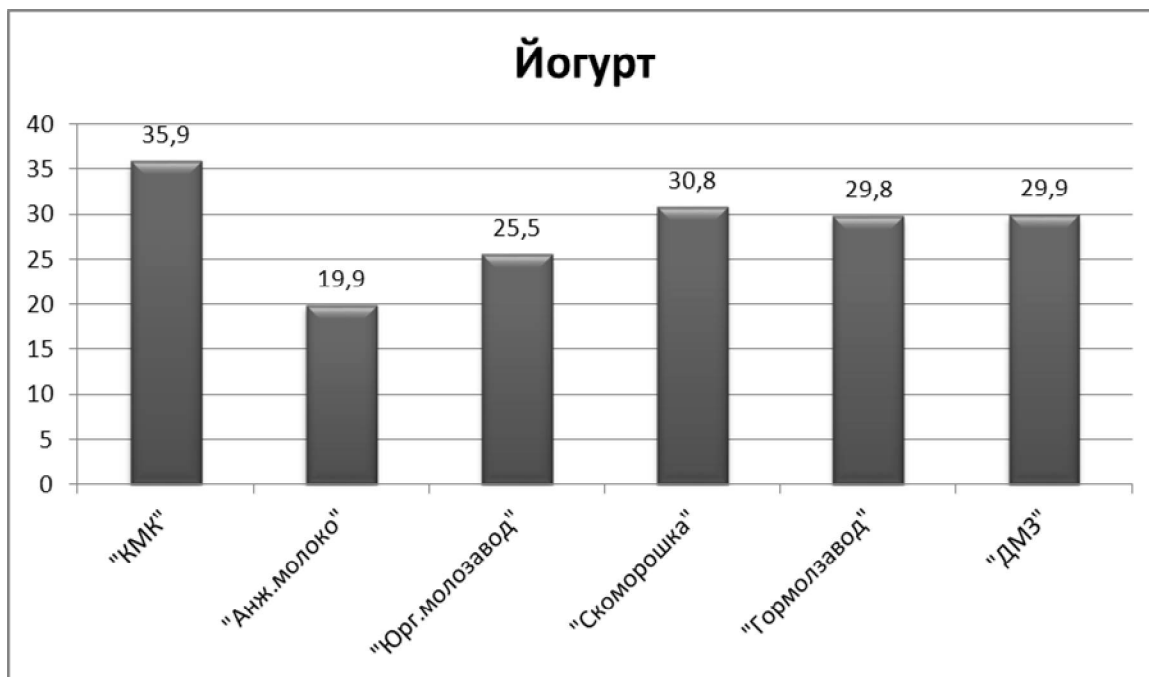


Рисунок 3.5 - Динамика средней цены на десерты молочной продукции за 2013 год

Из рисунка 3.5 видно, что наиболее высокая цена была зафиксирована у ОАО «Кемеровского молочного комбината» - 35,9 рублей; далее ООО «МПО» «Скоморошка» - 30,8 рублей; так же ООО «Деревенский молочный завод» - 29,9 рублей; с незначительным изменением ОАО «Гормолзавод» - 29,8 рублей; далее наименьшая цена у ОАО «Юргинский гормолзавод» - 25,5 рублей; и самая низкая цена была зафиксирована у ООО «Анжерское молоко» - 19,9 рублей.

3.1.2 Динамика ценовой политики молочной и кисломолочной продукции за 2014 год

Рассмотрим более подробно статистику изменения средней цены на молочную продукцию разных производителей за 2014 год.

В данной таблице представлены все производители и цены на молочную и кисломолочную продукцию города Кемерово и Кемеровской области за 2014 год.

Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата	

Таблица 3.2 - Динамика средней цены на молочную и кисломолочную продукцию за 2014 год.

Производители	Молоко	Кефир	Сметана	Творог	Йогурт
ОАО «Кемеровский молочный комбинат»	35,1	44,6	33,2	44,9	37,3
ООО «Анжерское молоко»	34,1	42,8	37,6	39,6	37,2
ОАО «Юргинский гормолзавод»	36,9	47,1	33,5	44,5	30,9
ООО «МПО» «Скоморошка»	27,2	44,5	40,2	50,4	31,5
ОАО «Гормолзавод»	47,3	47,2	42,4	51,3	31,4
ООО «Деревенский молочный завод»	36,2	45,7	44,1	51,7	32,7

Рассмотрим более подробно ценовую политику предприятий, молочной и кисломолочной продукции.

Динамика ценовой политики молочной продукции, а именно молоко

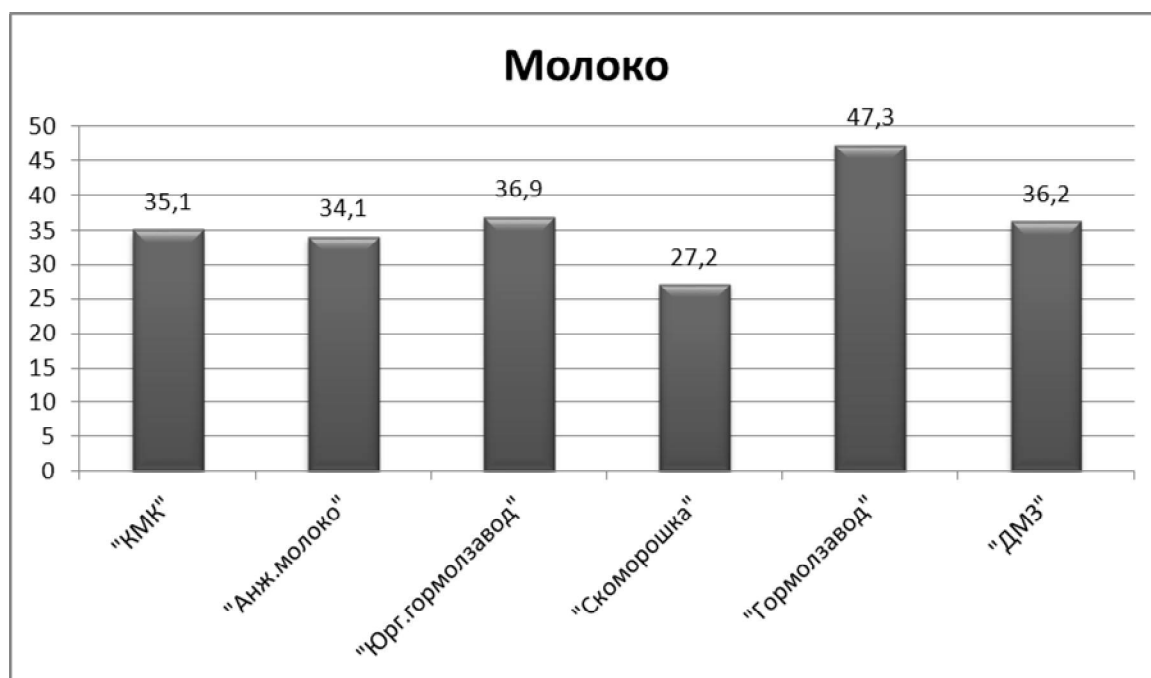


Рисунок 3.6 - Динамика средней цены на молочную продукцию за 2014 год

Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата
------	------	----------	---------	------

Из рисунка 3.6 видно, что наиболее высокая цена на молоко была зафиксирована у ОАО «Гормолзавод» - 47,3 рубля; далее, ОАО «Юргинский гормолзавод» - 36,9 рублей; следом, ООО «Деревенский молочный завод» - 36,2 рубля; так же ОАО «Кемеровский молочный комбинат» - 35,1 рублей; более низкая цена наблюдается у ООО «Анжерское молоко» - 34,1 рублей; и ООО «МПО» «Скоморошка» - 27,2 рубля.

Динамика ценовой политики кисломолочной продукции, а именно кефир.

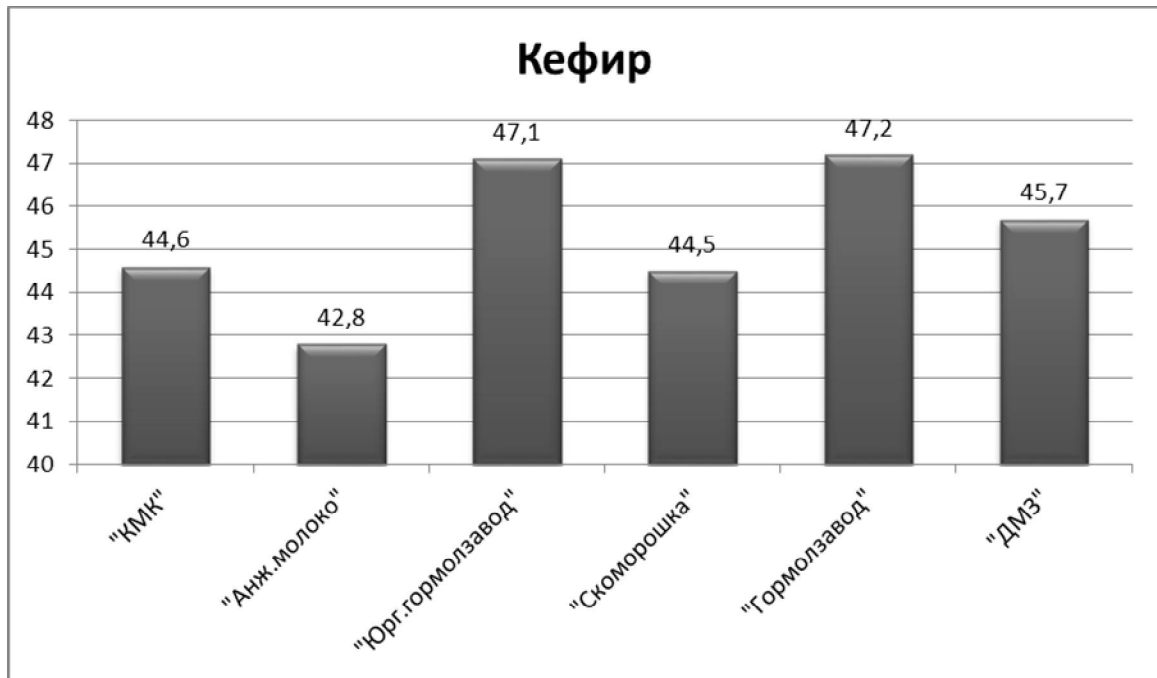


Рисунок 3.7 - Динамика средней цены на кисломолочную продукцию за 2014 год

Из рисунка 3.7 видно, что наиболее высокая цена зафиксирована у ОАО «Гормолзавод» - 47,2 рублей; так же ОАО «Юргинский гормолзавод» - 47,1 рублей; более низкие цены наблюдаются у нескольких производителей, это ООО «Деревенский молочный завод» - 45,7; ОАО «Кемеровский молочный комбинат» 44,6 рублей; ООО «МПО» «Скоморошка» - 44,5; и наиболее низкая цена у ООО «Анжерское молоко» - 42,8 рублей.

Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата	

Динамика ценовой политики кисломолочной продукции, а именно сметана.

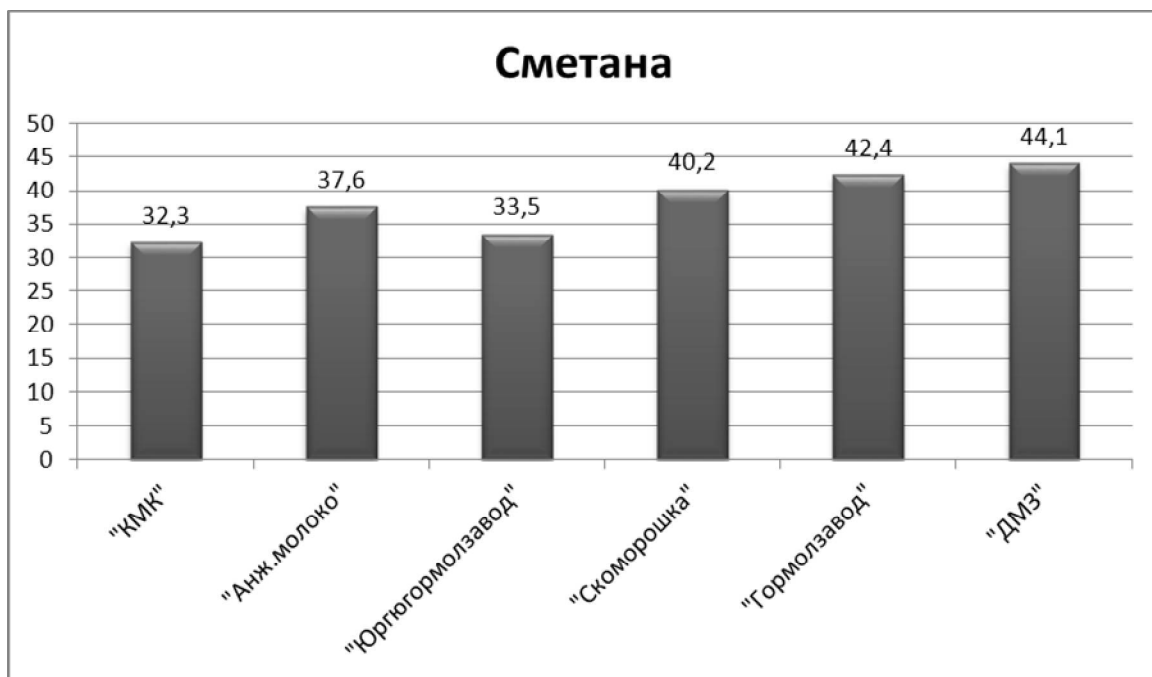


Рисунок 3.8 - Динамика средней цены на кисломолочную продукцию за 2014 год

Из рисунка 3.8 видно, что наиболее высокая цена была зафиксирована у нескольких предприятий, это ООО «Деревенский молочный завод» - 44,1 руб; ОАО «Гормолзавод» - 42,4руб.; ООО «МПО» «Скоморошка» - 40,2 руб.; далее цена более ниже, ООО «Анжерское молоко» - 37,6 руб.; ОАО «Юргинский гормолзавод» - 33,5 руб.; и так же ОАО «Кемеровский молочный комбинат» - 32,3 руб.

Динамика ценовой политики кисломолочной продукции, а именно творог.

Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата	

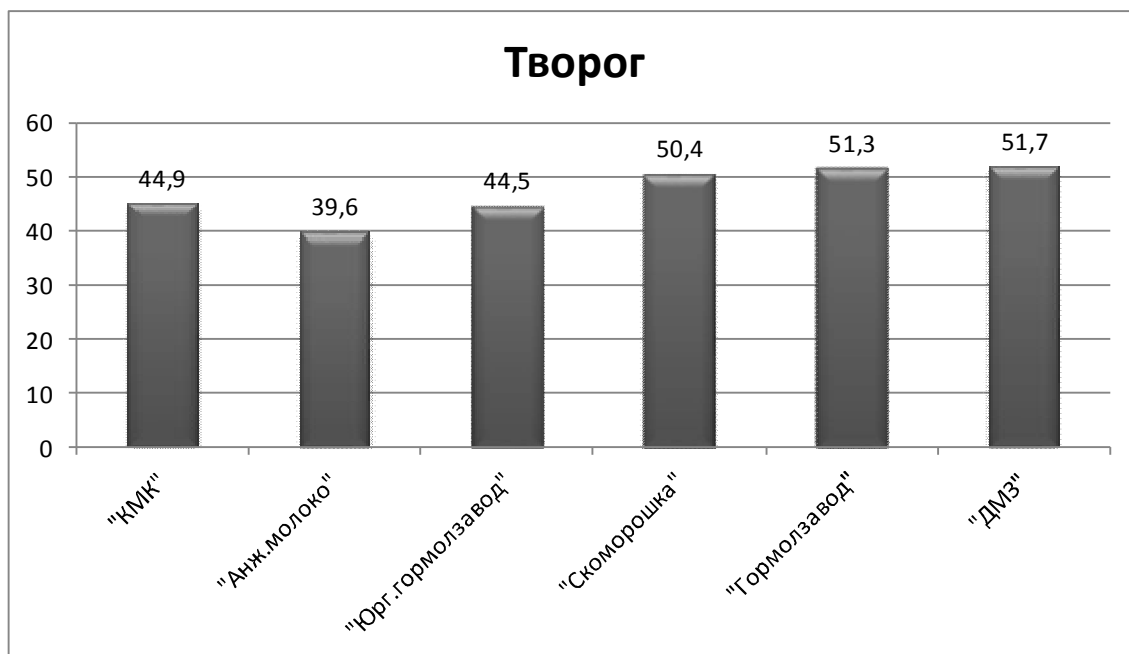


Рисунок 3.9 - Динамика средней цены на кисломолочную продукцию за 2014 год

Из рисунка 3.9 видно, что наиболее высокая цена была зафиксирована у ООО «Деревенский молочный завод» - 51,7 руб.; так же ОАО «Гормолзавод» - 51,3 руб.; далее ООО «МПО «Скоморошка» - 50,4руб.; более низкая цена у ОАО «Кемеровский молочный комбинат» - 44,9 руб.; и самая низкая цена ООО «Анжерское молоко» - 39,6 руб.

Динамика ценовой политики десертной молочной продукции, а именно йогурт.

Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата	

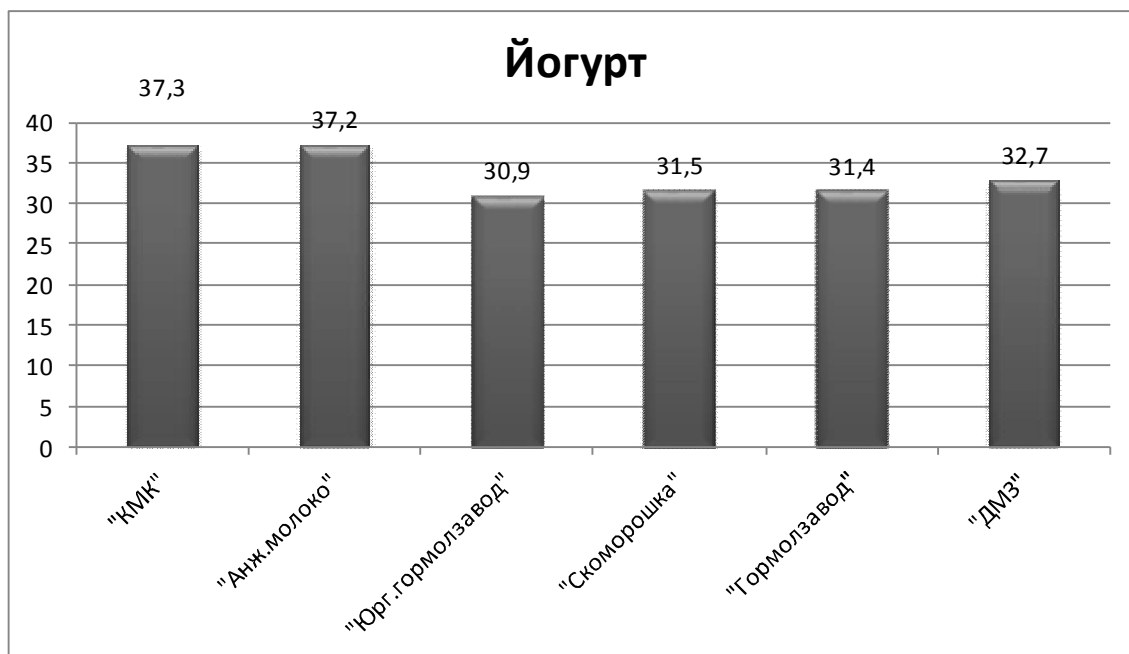


Рисунок 3.10 - Динамика средней цены на десертную молочную продукцию за 2014 год

Из рисунка 3.10 видно, что наиболее высокая цена у двух производителей, ОАО «Кемеровский молочный комбинат» - 37,3 руб.; и ООО «Анжерское молоко» - 37,2 руб.; далее ООО «Деревенский молочный завод» - 32,7 руб.; более низкая цена у ООО МПО «Скоморошка» - 31,5 руб.; далее ОАО «Гормолзавод» - 31,4 руб.; и ОАО «Юргинский гормолзавод» - 30,9 руб.

3.1.3 Динамика ценовой политики молочной и кисломолочной продукции за 2015 год

Рассмотрим более подробно статистику изменения средней цены на молочную продукцию разных производителей за 2015 год.

В данной таблице представлены все производители и цены на молочную и кисломолочную продукцию города Кемерово и Кемеровской области за 2015 год.

Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата	

Таблица 3.3 - Динамика средней цены на молочную и кисломолочную продукцию за 2015 год

Производители	Молоко	Кефир	Сметана	Творог	Йогурт
ОАО «Кемеровский молочный комбинат»	41,4	51,9	39,4	53,4	39,4
ООО «Анжерское молоко»	37,6	46,2	41,8	45,3	37,9
ОАО «Юргинский гормолзавод»	49,8	52,3	39,2	53,6	38,4
ООО «МПО» «Скоморошка»	30,1	49,2	43,2	52,9	35,6
ОАО «Гормолзавод»	53,9	52,6	49,8	59,6	40,1
ООО «Деревенский молочный завод»	37,5	48,3	46,5	53,2	39,8

Рассмотрим более подробно ценовую политику предприятий, молочной и кисломолочной продукции.

Динамика ценовой политики молочной продукции, а именно молоко.

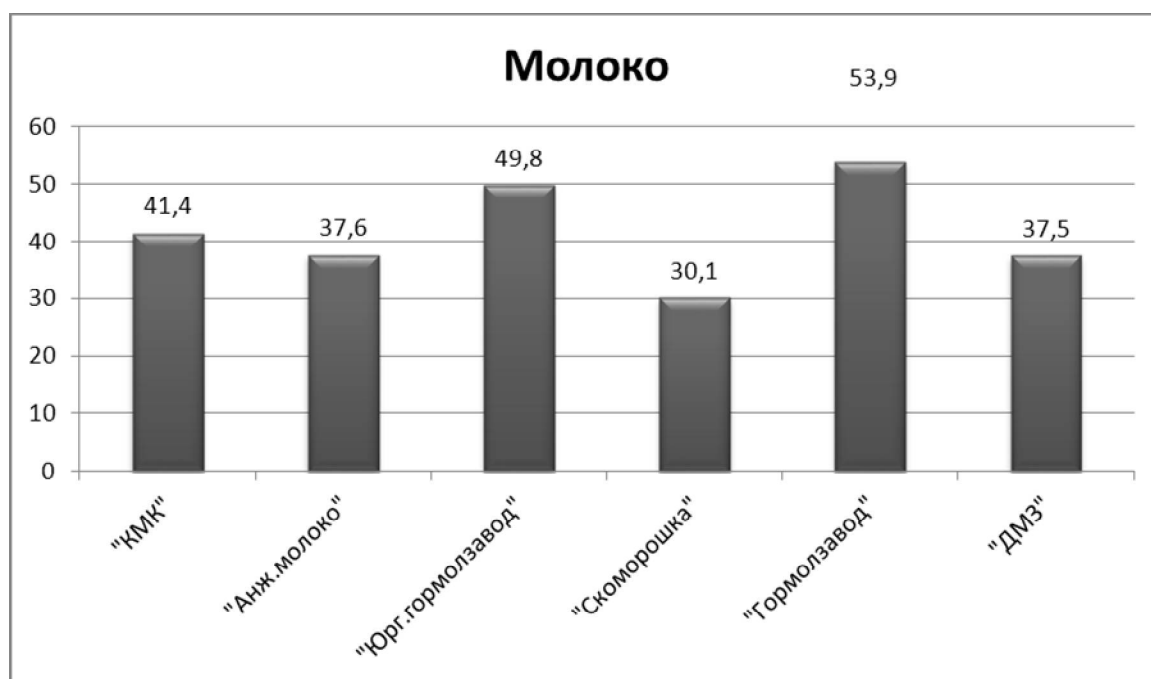


Рисунок 3.11 – Динамика средней цены на молочную продукцию разных производителей за 2015 г.

Из рисунка 3.11 видно, что наиболее высокая цена на молочную продукцию была зафиксирована у ОАО «Гормолзавод» - 53,9 руб.; далее так же у ОАО «Юргинский гормолзавод» - 49,8 руб.; чуть ниже цена у ОАО «Кемеровский молочный комбинат» - 41,4руб.; более низкая цена видна у ООО «Анжерское молоко» - 37,6 руб.; с незначительными изменениями цены ООО «Деревенский молочный завод» - 37,5 руб.; и самая низкая цена у ООО «МПО «Скоморошка» - 30,1 руб.

Динамика ценовой политики кисломолочной продукции, а именно кефир.

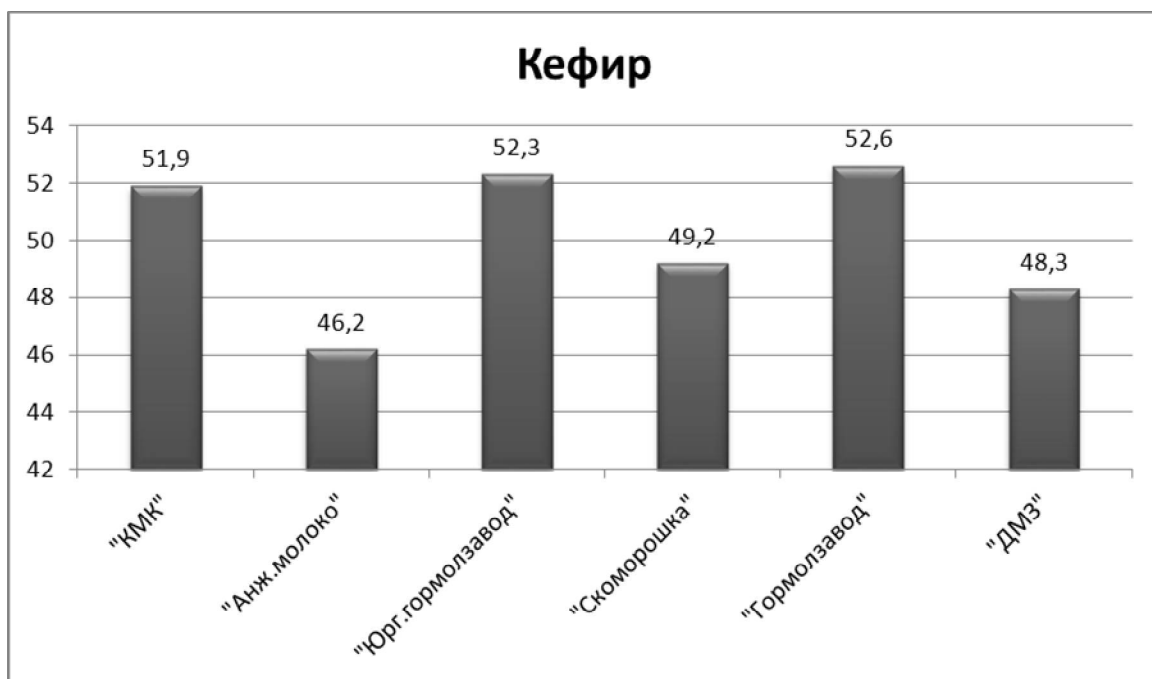


Рисунок 3.12 - Динамика средней цены на кисломолочную продукцию за 2015 г.

Из рисунка 3.12 видно, что у трех предприятий была зафиксирована самая высокая цена на кисломолочную продукцию, это ОАО «Гормолзавод» - 52,6 руб.; так же ОАО «Юргинский гормолзавод» - 52,3 руб.; и ОАО «Кемеровский молочный комбинат» - 51,9 руб.; более низкая цена наблюдается у ООО «МПО» «Скоморошка» - 49,2 руб.; далее у ООО «Деревенский молочный завод» - 48,3 руб.; и наименьшая цена у ООО «Анжерское молоко» - 46,2 руб.

Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата	

Динамика ценовой политики кисломолочной продукции, а именно сметана, за 2015ггод:

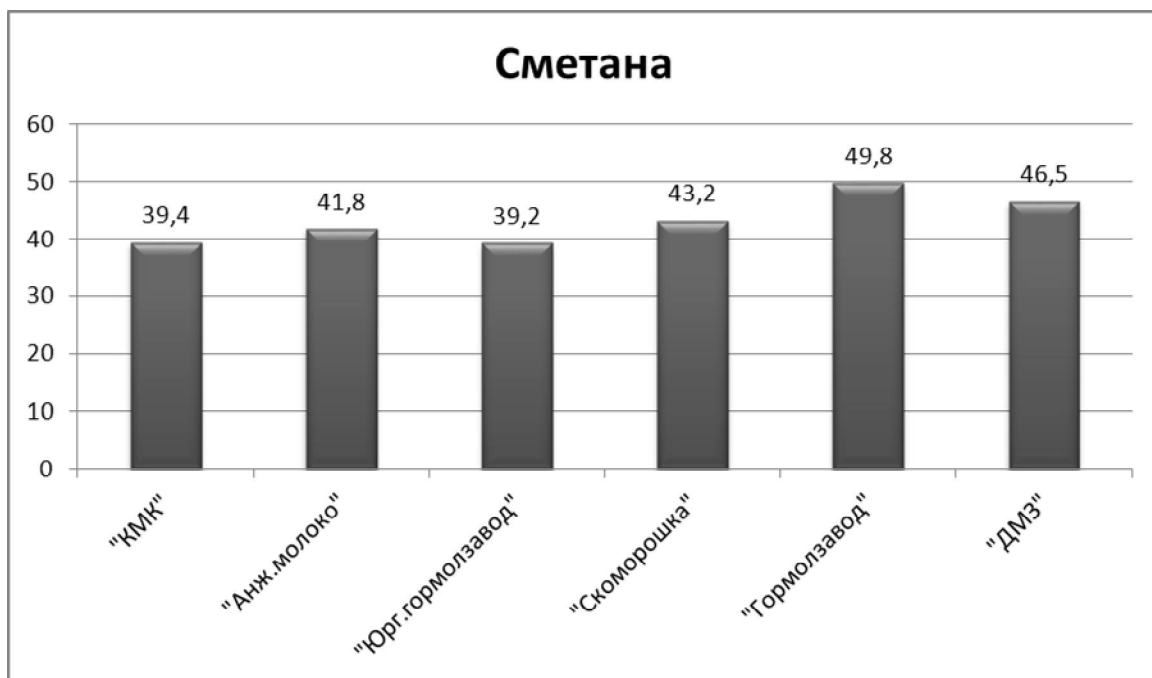


Рисунок 3.13 - Динамика средней цены на кисломолочную продукцию за 2015 г.

Из рисунка 3.13 видно, что самая высокая цены у ОАО «Гормолзавод» - 49,8 руб.; далее, у ООО «Деревенский молочный завод» - 46,5 руб.; так же ООО «Анжерское молоко» - 41,8 руб.; более низкая цена наблюдается у ОАО «Кемеровский молочный комбинат» - 39,4 руб.; и ОАО «Юргинский гормолзавод» - 39,2 руб.

Динамика ценовой политики кисломолочной продукции, а именно творог, за 2015г.

Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата	

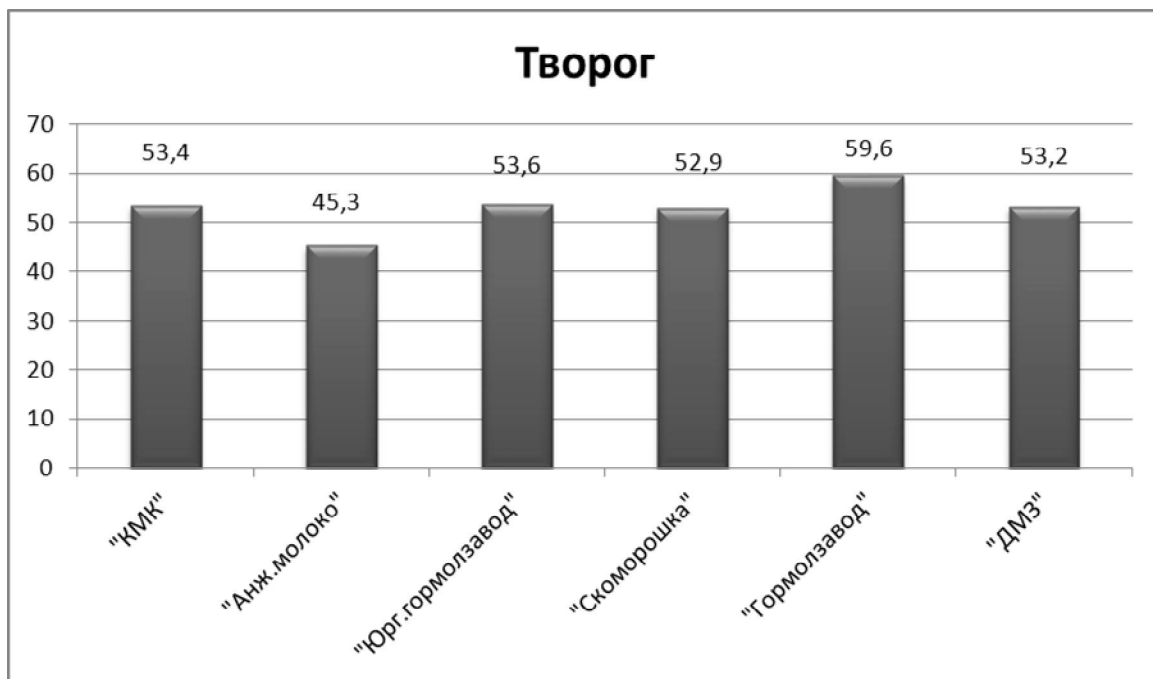


Рисунок 3.14 - Динамика средней цены на кисломолочную продукцию разных производителей за 2015 г.

Из рисунка 3.14 видно, что наиболее высокая цена наблюдается у ОАО «Гормолзавод» - 59,6 руб.; далее у ОАО «Юргинский гормолзавод» - 53,6 руб.; так же ОАО «Кемеровский молочный комбинат» - 53,4 руб.; и ООО «Деревенский молочный завод» - 53,2 руб.; так же ООО «МПО» «Скоморошка» - 52,9 руб.; более низкая цена наблюдается у ООО «Анжерское молоко» - 45,3 руб.

Динамика ценовой политики молочной десертной продукции, а именно йогурт, за 2015г.

Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата	

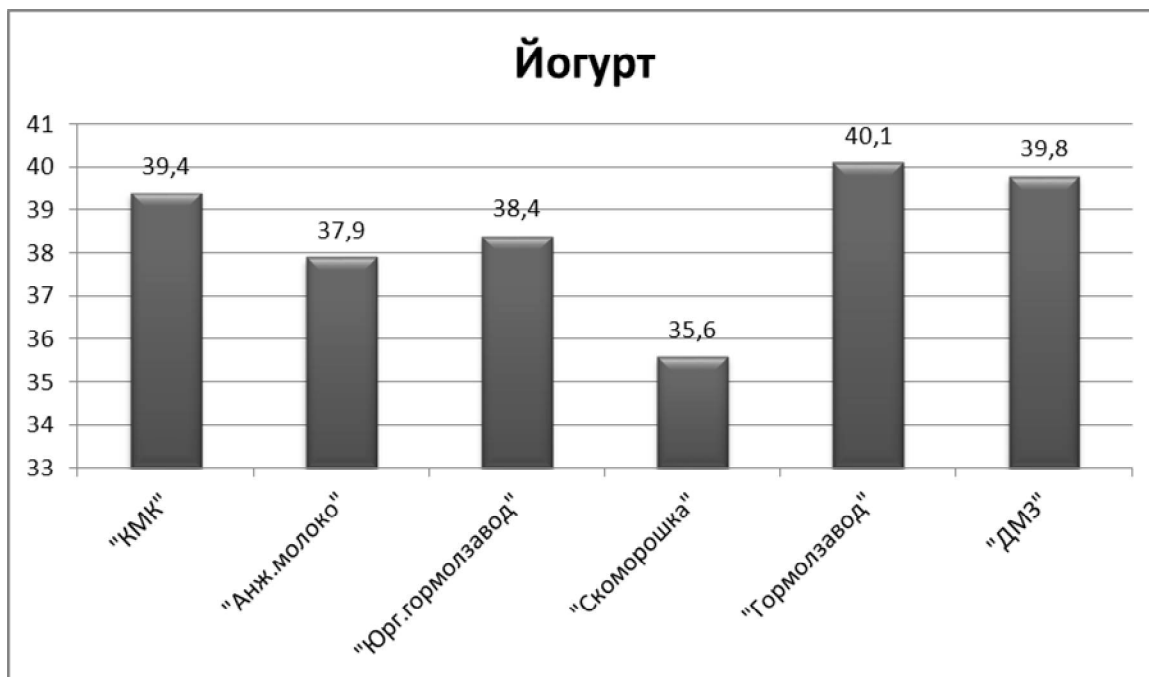


Рисунок 3.15- Динамика средней цены на молочную десертную продукцию разных производителей за 2015 г.

Из рисунка 3.15 видно, что наиболее высокая цена была зафиксирована у ОАО «Гормолзавод» - 40,1 руб.; и у ООО «Деревенский молочный завод» - 39,8 руб.; далее у ОАО «Кемеровского молочного комбината» - 39,4 руб.; более низкая цена у ОАО «Юргинский гормолзавод» - 38,4 руб.; следом ООО «Анжерское молоко» - 37,9 руб.; и самая низкая цена составила 35,6 руб. ООО «МПО» «Скоморошка».

3.2 Анализ динамики изменения ценовой политики по предприятиям-производителям молочной и кисломолочной продукции за 2013-2015 г.г

Рассмотрим более подробное изменение динамики ценовой политики, на молочную и кисломолочную продукцию в период за 2013-2015 год.

Изменение динамики цен на молочную и кисломолочную продукцию ОАО «Кемеровский молочный комбинат».

Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата		

Таблица 3.4 Динамика изменения цен на молочную и кисломолочную продукцию ОАО «Кемеровский молочный комбинат»

Наименование молочной продукции	2013	2014	2015	2014-2013; %	2015-2014; %	2015- 2013; %
Молоко	34,9	35,1	41,4	+ 5,7 %	+ 7,9 %	+ 8,6 %
Кефир	42,4	44,6	51,9	+ 5,1 %	+ 6,3 %	+ 2,4 %
Сметана	31,6	32,3	39,4	+ 2,2 %	+ 1,9 %	+ 4,6 %
Творог	44,2	44,9	53,4	+ 1,5 %	+ 8,9 %	+ 0,8 %
Йогурт	35,9	37,3	39,4	+ 3,8 %	+ 5,6 %	+ 9,7 %

Из таблицы 3.4 видно, что динамика изменения цен на молочную продукцию у ОАО «Кемеровский молочный комбинат» за период 2013-2015 г.г. значительно изменились, возросли на 8,6 %. Так же на кисломолочную продукцию повышение цены увеличилось на сметану, 4,6 %. И максимальное повышение цены было замечено у десертной молочной продукции, йогурта, на 9,7 %.

Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата	

Все данные представим графически.

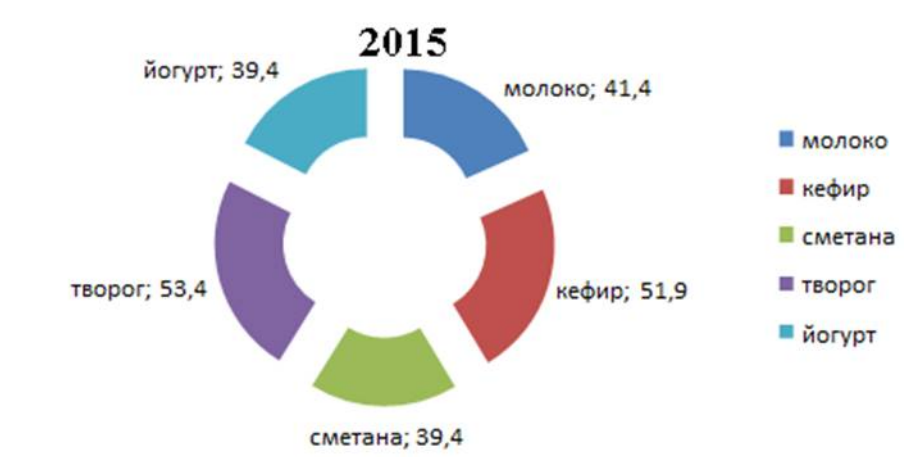
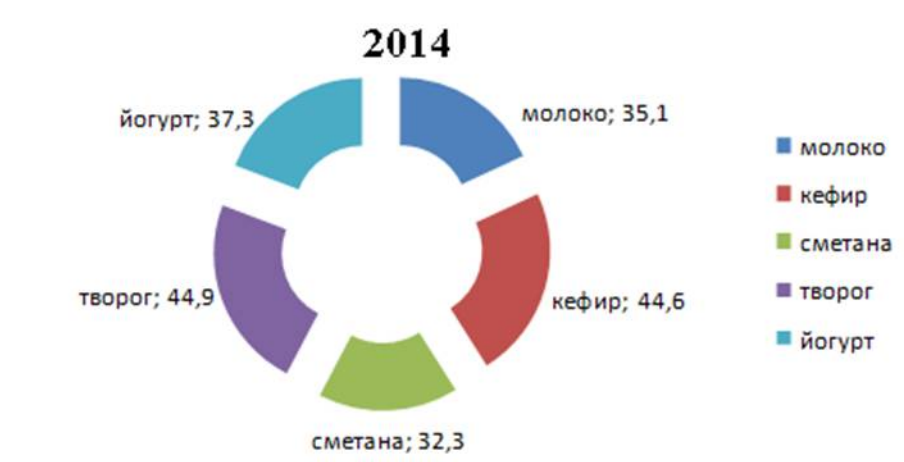
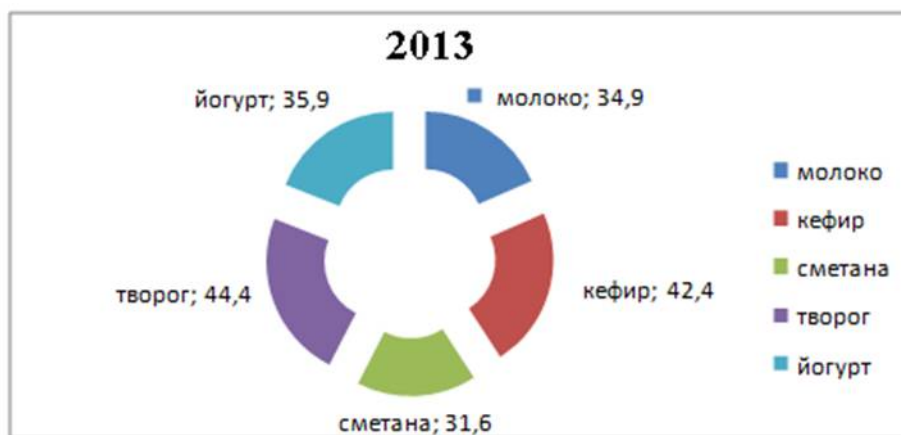


Рисунок 3.16 - Динамика изменения цен на молочную и кисломолочную продукцию ОАО «Кемеровский молочный комбинат»

Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата	

Изменение динамики цен на молочную и кисломолочную продукции ООО «Анжерское молоко».

Таблица 3.5 - Динамика изменения цен на молочную и кисломолочную продукцию ООО «Анжерское молоко»

Наименование молочной продукции	2013	2014	2015	2014-2015; %	2015-2014; %	2015- 2013; %
Молоко	33,8	34,1	37,6	+ 0,8 %	+ 0,2 %	+ 1,2 %
Кефир	43,1	42,8	46,2	+ 9,3 %	+ 7,9 %	+ 7,1 %
Сметана	35,2	37,6	41,8	+ 6,8 %	+1,7 %	+8,7 %
Творог	39,9	39,6	45,3	+9,2 %	+ 4,3 %	+3,5 %
Йогурт	36,5	37,2	37,9	+ 1,9 %	+ 1,8 %	3,8 %

Из таблицы 3.5 видно, что динамика изменения цен на молочную продукцию у ООО «Анжерское молоко» за период 2013-2015 г.г. незначительно изменились, возросли всего на 1,2 %. Так же на кисломолочную продукцию цены значительно увеличились, рост составил 8,7 %. Повышение цены было замечено у десертной молочной продукции, йогурта на 3,8 %.

Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата	

Все данные представим графически.

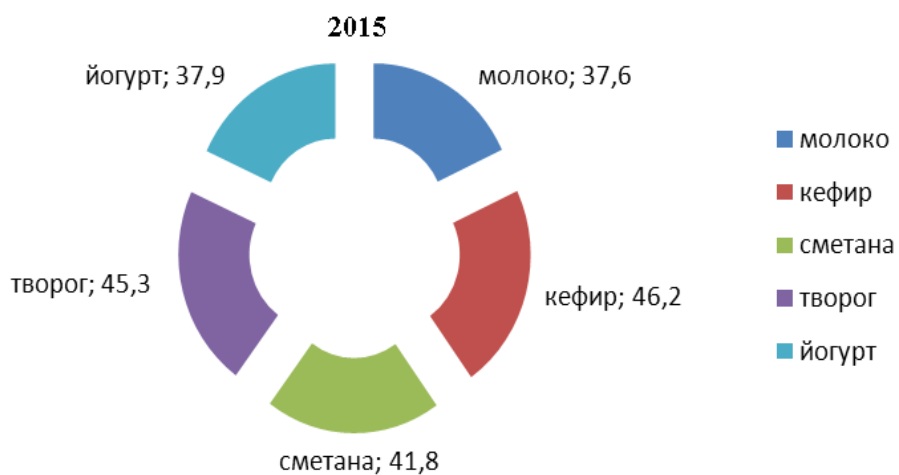
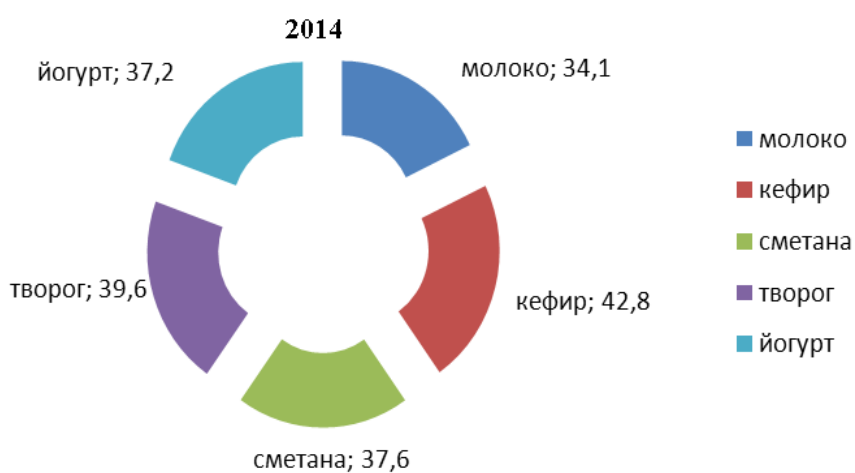
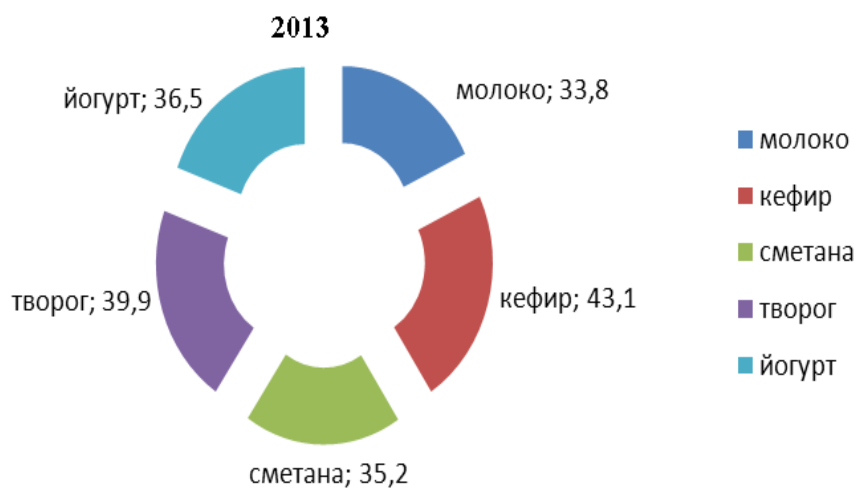


Рисунок 3.17- Динамика изменения цен на молочную и кисломолочную продукцию ООО «Анжерское молоко»

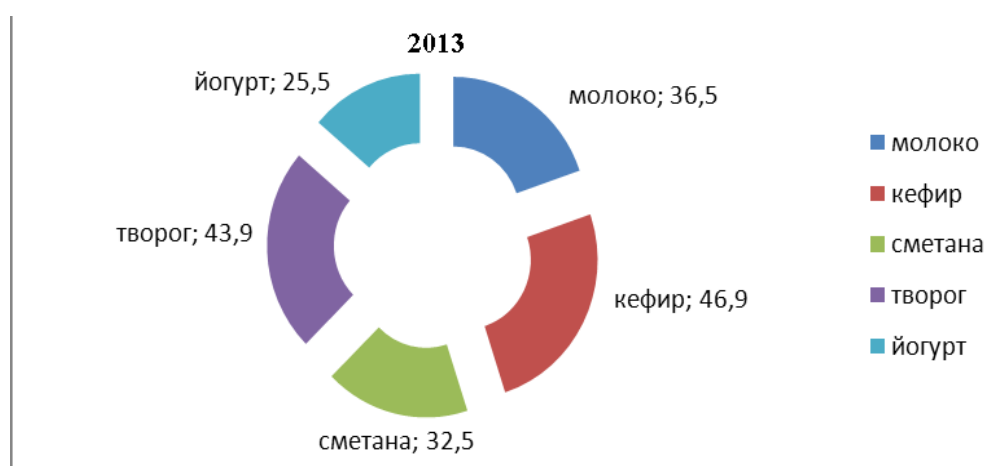
Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата	

Изменение динамики цен на молочную и кисломолочную продукцию ОАО «Юргинский гормолзавод».

Таблица 3.6 - Динамика изменения цен на молочную и кисломолочную продукцию ОАО «Юргинский гормолзавод».

Наименование молочной продукции	2013	2014	2015	2014-2013; %	2015-2014; %	2015- 2013; %
Молоко	36,5	36,9	49,8	+ 0,1 %	+ 4,9 %	+ 6,4%
Кефир	46,9	47,1	53,2	+ 0,4 %	+ 2,9 %	+ 3,4 %
Сметана	32,5	33,5	39,2	+ 3,0 %	+ 7,0 %	+ 0,6 %
Творог	43,9	44,5	53,6	+ 1,3 %	+ 0,4 %	+ 2,0 %
Йогурт	25,5	30,9	38,4	+ 1,1 %	+4,2 %	+ 0,5 %

Все данные представим графически.



Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата
-----	------	----------	---------	------

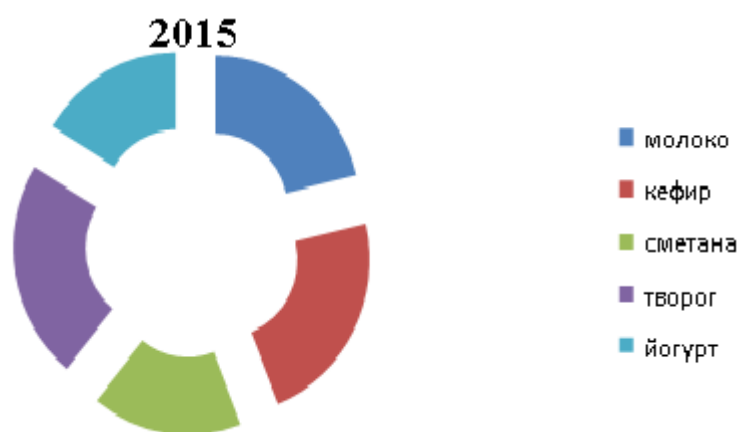
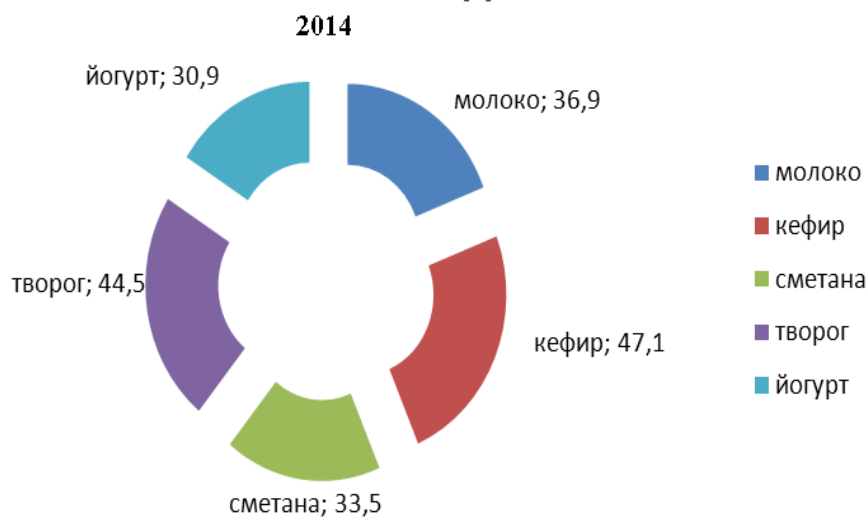


Рисунок 3.18 - Динамика изменения цен на молочную и кисломолочную продукцию ОАО «Юргинский гормолзавод»

Из таблицы 3.6 и рисунка 3.18 видно, что цены на молочную продукцию у ОАО «Юргинский гормолзавод» за период 2013-2015 г.г. значительно возросли, а именно на 6,4%. Так же на кисломолочную продукцию повышение цены составило- 3,4 %. И повышение цены было замечено у десертной молочной продукции, йогурта, всего на 0,5 %.

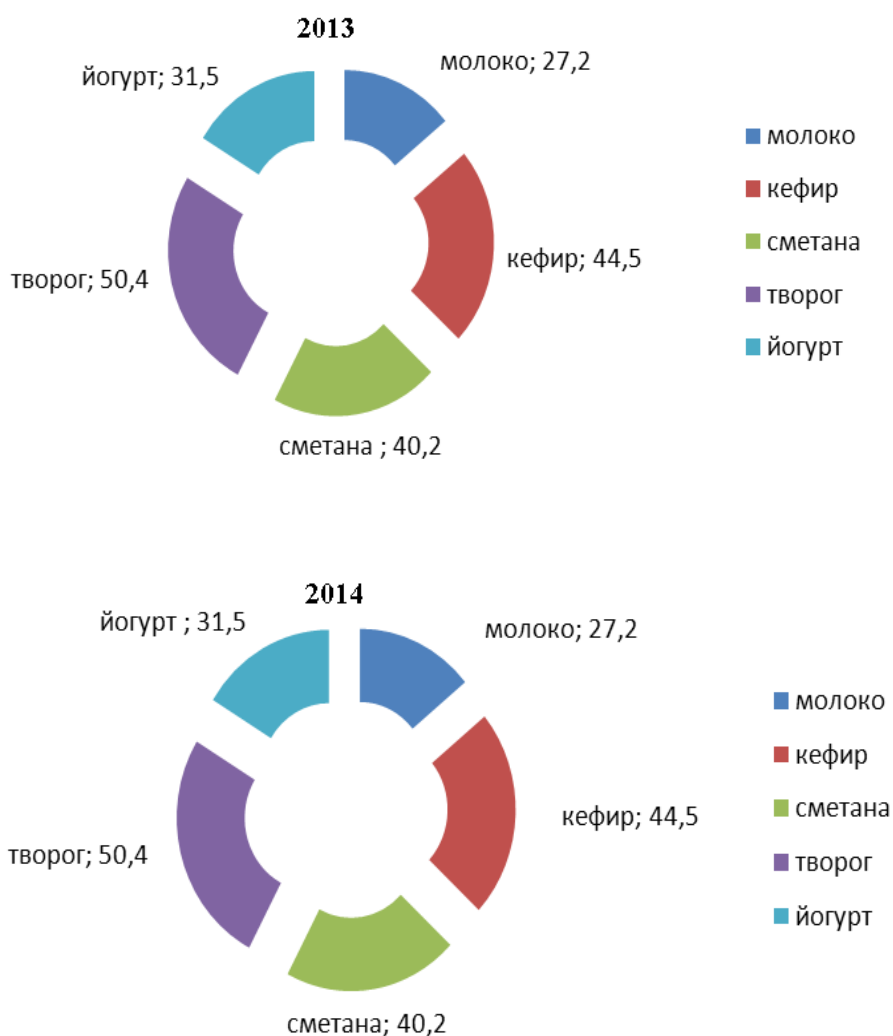
Изменение динамики цен на молочную и кисломолочную продукцию ООО МПО «Скоморошка».

Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата	
-----	------	----------	---------	------	--

Таблица 3.7 Динамика изменения цен на молочную и кисломолочную продукцию ООО «МПО «Скоморошка»

Наименование молочной продукции	2013	2014	2015	2014-2013; %	2013-2014; %	2015-2013; %
Молоко	28,9	27,2	30,1	+4,1 %	+ 0,6 %	+ 4,1 %
Кефир	45,3	44,5	49,2	+8,2 %	+ 0,5 %	+ 8,6 %
Сметана	37,5	40,2	43,2	+ 2,6 %	+ 7,4 %	+ 5,2 %
Творог	47,8	50,4	52,9	+ 5,4 %	+ 4,9 %	+ 0,6 %
Йогурт	30,8	31,5	35,6	+ 2,2 %	+ 3,0 %	+ 5,5 %

Все данные представим графически.



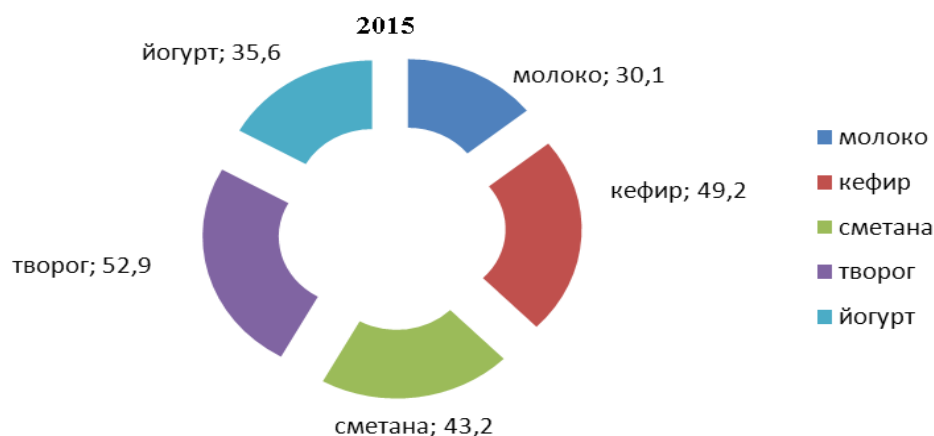


Рисунок 3.19 - Динамика изменения цен на молочную и кисломолочную продукцию ООО «МПО «Скоморошка»

Из таблицы 3.7 и рисунка 3.19 видно, что динамика изменения цен на молочную продукцию у ООО «МПО» «Скоморошка» за период 2013-2015 г.г изменились на 4,1 %. Так же на кисломолочную продукцию повышение цены максимально увеличилось на, 8,6 %. И повышение цены было замечено у десертной молочной продукции, йогурта, на 5,5 %.

Изменение динамики цен на молочную и кисломолочную продукцию ОАО «Гормолзавод» г. Киселевск.

Таблица 3.8 - Динамика изменения цен на молочную и кисломолочную продукцию ОАО «Гормолзавод» г. Киселевск.

Наименование молочной продукции	2013	2014	2015	2014-2013; %	2015-2014; %	2015-2013; %
Молоко	28,0	47,3	53,9	+ 8,9 %	+ 3,9 %	+ 2,5 %
Кефир	34,0	47,2	52,6	+ 8,8 %	+ 1,4 %	+ 4,7 %
Сметана	37,5	42,4	49,8	+ 3,0 %	+ 7,4 %	+ 2,8 %
Творог	48,3	51,3	59,6	+ 6,2 %	+ 6,1 %	+ 3,3 %
Йогурт	29,8	31,4	40,1	+ 5,3 %	+ 7,7 %	+ 4,5 %

Все данные представим графически.

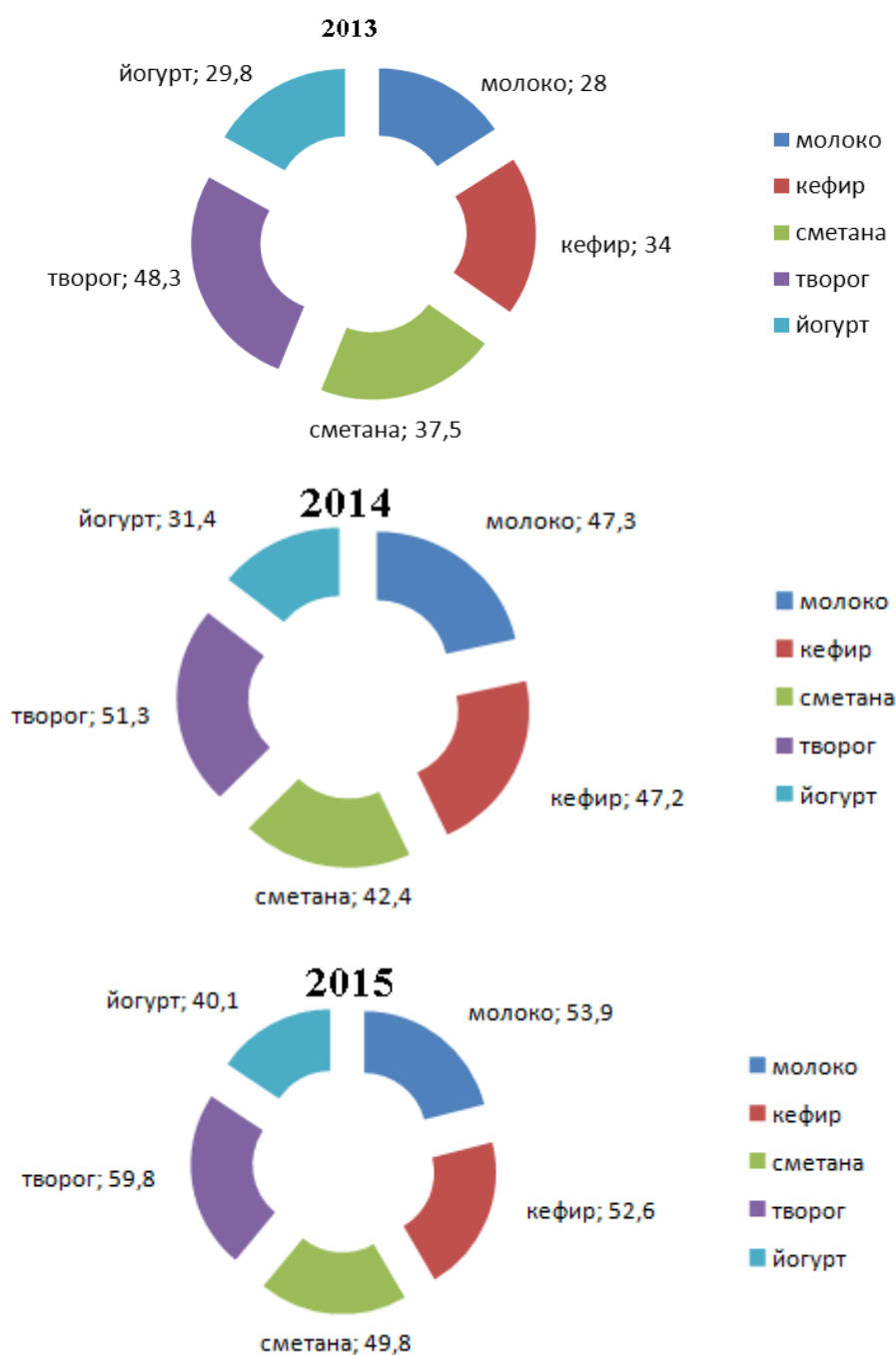


Рисунок 3.20 - Динамика изменения цен на молочную и кисломолочную продукцию ОАО «Гормолзаводт» г. Киселевск

Из таблицы 3.8 и рисунка 3.20 видно, что динамика изменения цен на молочную продукцию у ОАО «Гормолзавод» за период 2013-2015 г.г. изменились, возросли на 2,5 %. Так же на кисломолочную продукцию повешение цены увеличилось на кефир, 4,7 %. И повышение цены было зафиксировано у десертной

Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата	

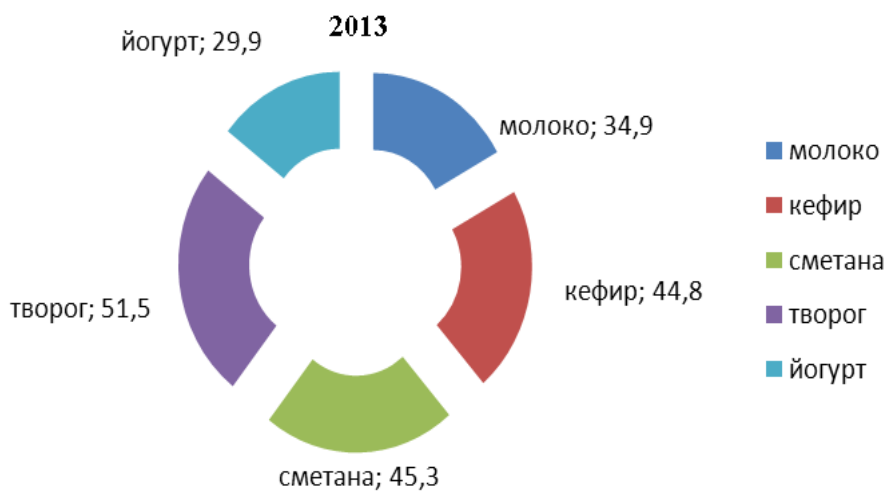
молочной продукции, йогурта, на 4,5 %.

Изменение динамики цен на молочную продукцию ООО «Деревенский молочный завод».

Таблица 3.9 - Динамика изменения цен на молочную и кисломолочную продукцию ООО «Деревенский молочный завод»

Наименование молочной продукции	2013	2014	2015	2014-2013; %	2015-2014; %	2015-2013; %
Молоко	34,9	35,1	37,5	+ 0,5 %	+ 6,8 %	+ 7,4 %
Кефир	44,8	45,7	48,3	+ 2,0 %	+ 5,6 %	+ 7,8 %
Сметана	45,3	44,1	46,5	+7,3 %	+ 5,4 %	+ 2,6 %
Творог	51,5	51,7	53,2	+ 0,3 %	+ 2,9 %	+ 3,3 %
Йогурт	29,9	32,7	39,8	+ 9,3 %	+ 1,7 %	+ 3,1 %

Все данные представим графически.



Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата
-----	------	----------	---------	------

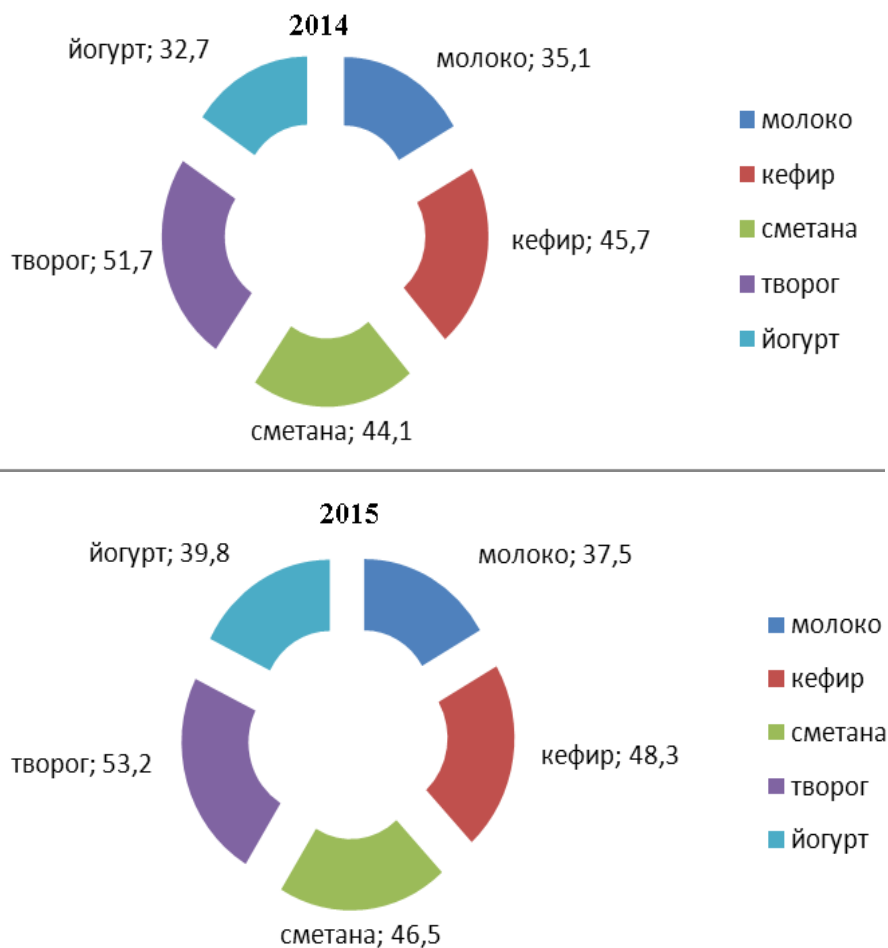


Рисунок 3.21 - Динамика изменения цен на молочную и кисломолочную продукцию ООО «Деревенский молочный завод».

Из таблицы 3.9 и рисунка 3.21 видно, что динамика изменения цен на молочную продукцию у ООО «Деревенского молочного завода» за период 2013-2015 г.г значительно изменились, возросли на 7,4 %. Так же на кисломолочную продукцию повышение цены увеличилось на кефир, 7,8 %. И так же повышение цены было замечено у десертной молочной продукции, йогурта, на 3,1 %.

Ценовая политика играет огромную роль в исследовании конъюнктуры рынка молочной продукции. При выборе любого продукта большинство людей обращают внимание на стоимость товара. На местных рынках сбыта молочной продукции можно увидеть достаточное разнообразие цельномолочной, кисломолочной, десертной и другой продукции, а также различные цены на данную продукцию, но разных предприятий – производителей нашего города и

Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата	
-----	------	----------	---------	------	--

области.

3.3 Рекомендации и предложения по совершенствованию ценовой политики рынка молочной продукции

Согласно результатам проведенного исследования рынка молочной продукции, г. Кемерово и Кемеровской области за 2013-2015 гг., можно сделать следующие выводы.

На рынке Кузбасса продукция местного производства занимает устойчивую позицию, которая обуславливается наличием достаточно широкого ассортимента выпускаемой продукции среди всех исследованных производителей, непосредственной близостью к источнику сбыта продукции, что подразумевает подачу на рынок сбыта свежего продукта, минимальное присутствие консервантов в продукте и его относительно невысокой стоимости по сравнению с аналогичной продукцией затрат на транспортировку продукции от производителя к потребителю.

Анализ предприятий - изготовителей молочной и кисломолочной продукции региона выявил явного лидера по широте ассортимента выпускаемой продукции и нашедший своего потребителя среди всех категорий населения - это ОАО «Кемеровский молочный комбинат». Стремится к лидеру ООО «Анжерское молоко» - завод с более чем полувековой историей, и за это время нашедший своего постоянного и неизменного потребителя. Продукция этих предприятий имеет более высокую стоимость по сравнению с Юргинским и Киселевским гормолзаводами, ассортимент которых остается практически неизменным на протяжении изученного периода.

На основании маркетинговых исследований, которые следует проводить дважды в год (в зимний и летний период), в связи с возможным сезонным изменением предпочтений у потребителя, заводам-изготовителям следует корректировать объемы производств своей продукции, а также регулировать их стоимость на рынке, особенно это касается Юргинского и Киселевского

Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата	

гормолзаводов, имеющим наименьшую ассортиментную базу. Этим предприятиям необходимо направить свою деятельность на расширение ассортимента и установить его стоимость на рынке ниже стоимости аналогичной продукции, чем у конкурентов, уже зарекомендовавших себя среди потребителя.

ООО «МПО «Скоморошка» и ООО «Деревенский молочный завод» занимают уверенные промежуточные позиции среди исследованных производств как по ассортименту выпускаемой продукции, так и по получаемой чистой прибыли. Их «рядовая» продукция относительно невысока по сравнению с лидером продаж, но повышать стоимость продуктов именно этой категории нецелесообразно, т.к. соответствующий уровень продаж обусловлен именно невысокой ценой, особенно ценой на молоко ООО «МПО «Скоморошка», которая в 2015 году составила 30,1 руб.

Для увеличения прибыли этим предприятиям можно рекомендовать повысить цены «премиальной» продукции, т.к. люди, регулярно ее приобретающие не перестанут ее покупать при незначительном изменении цены в большую сторону, но, при этом, чтобы цены не были выше цен на аналогичную продукцию лидеров продаж.

Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата	

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

По итогам данной ВКР, исследование конъюнктуры рынка молочной продукции г. Кемерово и Кемеровской области, проведённого анализа маркетинговой, товарной и ценовой политики предприятий – производителей молочной продукции, за анализируемый период времени 2013 – 2015 год, можно сделать вывод, что в результате проведения маркетинговых исследований с 1 февраля по 17 мая 2016 года, – опроса респондентов (800 человек), изучив их предпочтения выявлено, что большинство опрошенных людей употребляют и покупают молочные продукты. Так же выяснилось, что именно достаточную долю на рынке занимает пастеризованное молоко - 57 %, чаще всего покупают для себя. Следом за молоком потребители предпочитают десертную молочную продукцию – йогурты (питьевые), чаще всего их покупают для детей – 16 %, сметана – 12 %, кефир – 10% и творог – 5 %. Не большую часть опрошенных, занимают респонденты, которые не покупают и не употребляют молочные продукты, их количество минимальное.

Анализируя товарную политику видно, что ассортимент, предлагаемый на рынок молочных товаров, не отличается большим выбором цельномолочной, кисломолочной, десертной продукции.

На прилавках магазина можно увидеть производителей различных регионов – Москва, Белгород, Алтайский край, Новосибирск, а также производителей местных молочных продуктов г. Кемерово, Кемеровской области. Самые крупные предприятия: лидирующее положение по товарной политике занимает ОАО «Кемеровский молочный комбинат» и ООО «Анжерское молоко» - стремится к позициям лидера, улучшая и обновляя ассортимент цельномолочной, кисломолочной, десертной продукции и творога.

ООО «МПО «Скоморошка», ООО «Деревенский молочный», при этом ООО «Деревенский молочный завод» отстаёт по производству, кисломолочной продукции на 8%, а по производству творога занимают равное количество - 17%.

По товарной политике ОАО «Гормолзавод» и ОАО «Юргинский

Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата	

гормолзавод», занимают меньший процент производства молочной продукции занимают предприятия – производителей молочной продукции - ОАО «Гормолзавод» и ОАО «Юргинский гормолзавод», причем ОАО «Юргинский гормолзавод» опережает Киселевский молочный завод по всем позициям молочной продукции на 2-3 %. У предприятия есть возможность стремиться к наращиванию производства и обновлению производства.

Рассматривая товарную политику, заметно, что в ассортименте молочной продукции каждого из предприятий, в магазинах нашего города и области не всегда можно найти новую продукцию. Не так часто предприятия обновляют свой ассортиментный ряд, не каждый год можно увидеть изменения, касающиеся совершенно нового, отличающийся по вкусовым и другим признакам молочный продукт.

Анализируя цены на цельномолочную продукцию, за анализируемый период 2013 – 2015 года, следует, что цены на молоко увеличились в 3,6 раза (без учёта инфляции), и цены на кисломолочные продукты увеличились на 3,1 раза. Цены на молочные продукты увеличились на 3,8 раза. За период 2014 – 2015 года высокая стоимость молочной продукции стала динамично развиваться. Этому могло послужить сокращение производства ряда молочных продуктов, а также повышение цен связано с ростом курса валют и сокращение производства. Также повышение цены зафиксировано и на кисломолочные продукты, но изменение идёт не с сильной динамикой, чем на молочную продукцию, а более стабильно.

Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата	

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Электронные ресурсы:

1.Алексеева М.А., Планирование деятельности фирмы. [Москва, 2014]. URL: <http://center-yf.ru/>.

2. Анурин В., Муромкина И., Е.Евтушенко, Маркетинговые исследования потребительского рынка: учебник [Москва - Санкт-Петербург, 2015]. URL: <http://www.vevivi.ru/best/>.

3. Афонин А.С., Ценообразование в бизнесе. [Кострома, 2011]. URL: <http://www.litsoch.ru/>.

4.Боровикова Л. А., Гримм А. И., Дорофеев А. Л. Формирование рынка кисломолочных напитков: учебное пособие [Москва, 2012]. URL: <http://www.bankreferatov.ru/>.

5. Влияние рыночной конъюнктуры на ценовую политику предприятия, студенческая библиотека онлайн. URL: <http://studbooks.net/>.

6. Волков О.И., Экономика предприятия. [Москва, 2014] // Электронно-библиотечная система «Инфра-М». URL: <http://www.bestreferat.ru/> Кемеровский молочный комбинат. URL: <http://glavpro.com/>.

7. Доценко А. П., Осокина В. В. Рынок и его механизм: учеб.- метод. пособие. [Кострома, 2011]. URL: <http://www.litsoch.ru/>.

8. Желтякова И. А., Маховикова Г. А., Пузыня Н. Ю., Сущность и функции цен в рыночной экономике: учебное пособие. [Питер,2012]. URL: <http://works.doklad.ru/>.

9.Зобкова З.С., Технология молока и молочных продуктов: учебное пособие. URL: <http://nashaucheba.ru/>.

10.Комплексное исследование рынка в системе маркетинга. URL: <http://m807.ru/>.

11. Кочетов В.В., Колобов, И.Н., Экономика: учебник [Москва, 2013]. URL: <http://textbook.news/>.

12. Крупнейшие предприятия молочной продукции Кемеровской области.

Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата	

[Кемерово, 2016]. URL: <http://www.ako.ru/>.

13. Крупнейшие предприятия молочной продукции Кемеровской области. [Кемерово, 2016]. URL: <http://www.ako.ru/>.

14. Методы прогнозирования конъюнктуры рынка: Электронно-библиотечная система издательства «Студопедия». [Электронный ресурс]. URL: <http://studopedia.ru/>

15. Молоко, молочные продукты. URL <http://kemerovo.all-gorod.ru/>

16. Молоко, молочные продукты. URL <http://kemerovo.all-gorod.ru/>.

17. Молочная продукция Кемеровской области. [Кемерово, 2016] // Справочник организаций Кемеровской области. URL: <http://kemerovo.spravka.me/>.

18. Молочные предприятия в Кемеровской области. URL: <http://milknet.ru/>.

19. Муфтиев Г.Г., Галиаскаров Ф.М., Теоретические основы финансового менеджмента: учебное пособие. [Уфа, 2013]. URL: <http://www.bestreferat.ru>.

20. Объемы производства молочных продуктов в России за 11 месяцев 2014. [Кемерово, 2014] // Новости и аналитика молочного рынка. URL: <http://milknews.ru/>.

21. Орлянский Е. А., Ценообразование: Учеб. - методический комплекс. [Питер, 2014]. URL: <http://works.doklad.ru/>.

22. Открытое акционерное общество «Кемеровский молочный комбинат». [Кемерово, 2016]. URL: <http://live-product.ru/>.

23. Открытое акционерное общество «Юргинский гормолзавод». URL: <http://www.molzavod.info/>.

24. Показатели конъюнктуры рынка. Исследование и анализ конъюнктуры рынка <http://www.financial-lawyer.ru/>

25. Понятие и цели ценовой политики, Предпринимательство. URL: <http://konspekts.ru/>.

26. Производство молочной продукции в Кемерово. [Кемерово, 2016]. Справочник организаций производства молочной продукции. URL:

Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата	

<http://www.yp.ru/>.

27. Производство молочной продукции в Кемерово. [Кемерово, 2016].
Справочник организаций производства молочной продукции. URL:
<http://www.yp.ru/>.

28. Прохоров А.М., Молочные продукты. [Санкт – Петербург, 2014] //
Большая советская энциклопедия. URL: <https://ru.wikipedia.org/>

29. Райзберг Б.А., Лозовский Л.Ш., Стародубцева Е.Б., Конъюнктура
рынка: экономический словарь. [Москва, 2011]. URL: <https://ru.wikipedia.org/>

30. Рябова Т.Ф., Большой коммерческий словарь. [Москва, 2014]. URL:
<https://ru.wikipedia.org/>.

31. Тихомиров М. Ю., Юридическая энциклопедия. [Москва, 2012]. URL:
<https://ru.wikipedia.org/>.

32. Цели ценовой политики. URL: <http://www.plam.ru/>.

Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата	

ПРИЛОЖЕНИЕ А
(обязательное)

Региональная структура производства молочной продукции в СФО в 2013г-2015г.г.%

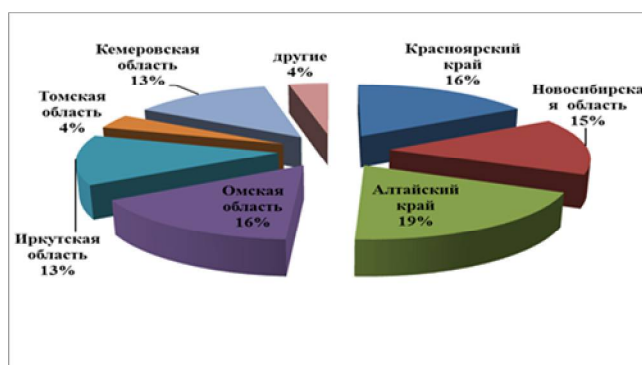
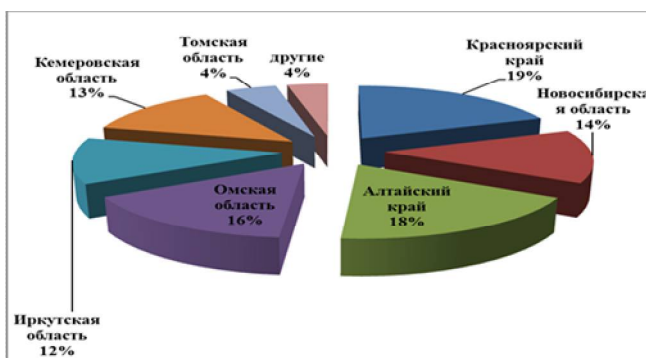
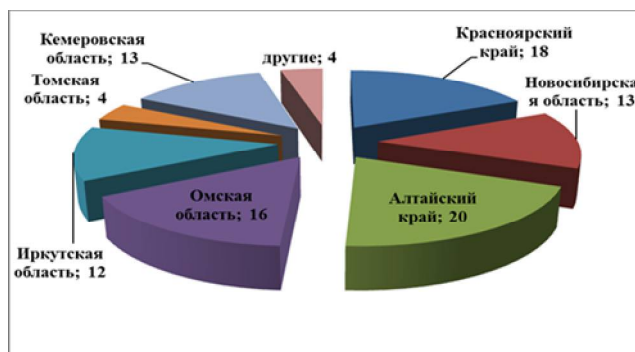


Рисунок А.1 - Региональная структура производства молочной продукции в СФО в 2013 - 2015г.г.,%

ПРИЛОЖЕНИЕ Б

Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата	

(обязательное)

Структура производства молочной продукции предприятиями Кемеровской области 2013-2015 г.г.;%

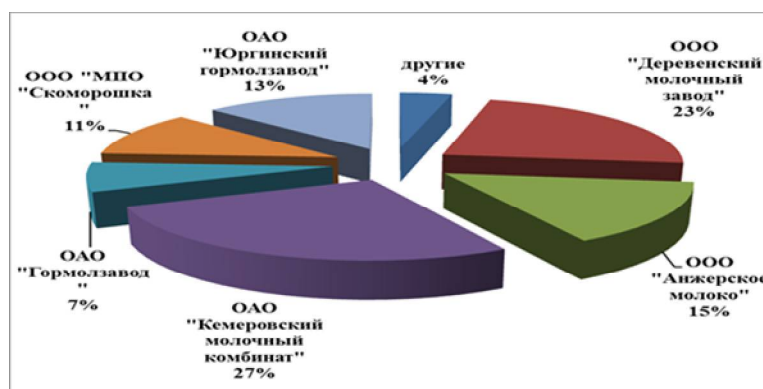
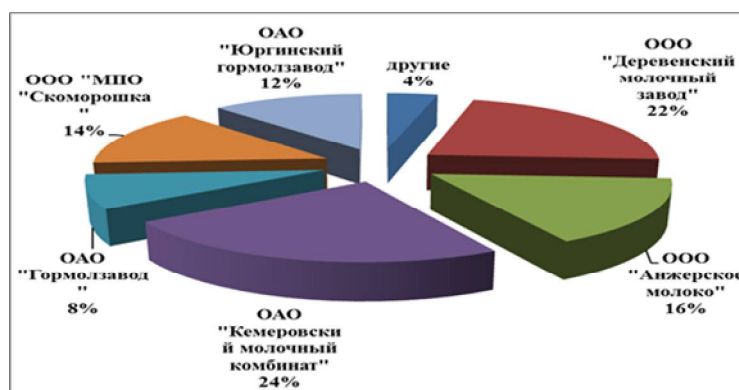
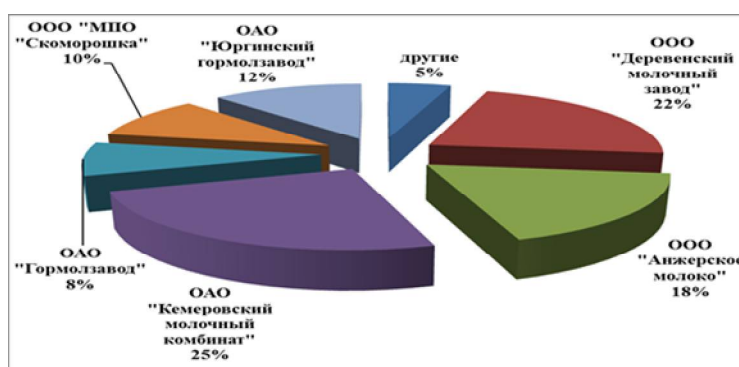


Рисунок Б.1 - Структура производства цельномолочной продукции предприятиями Кемеровской области в 2013 – 2015 г.г., %

Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата	

ПРИЛОЖЕНИЕ Б
(продолжение)

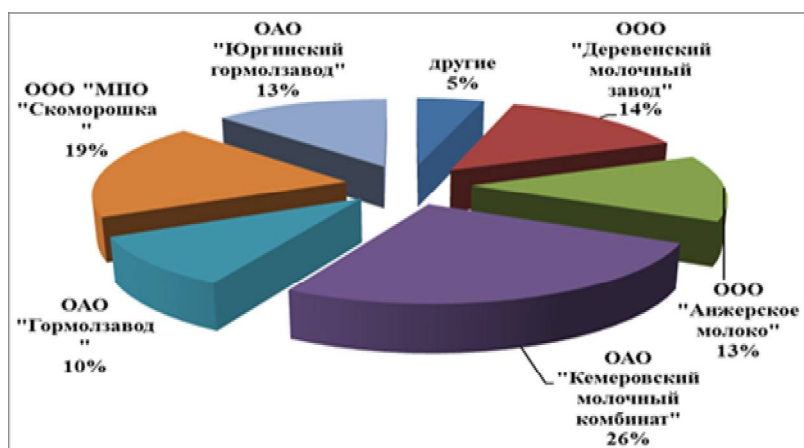
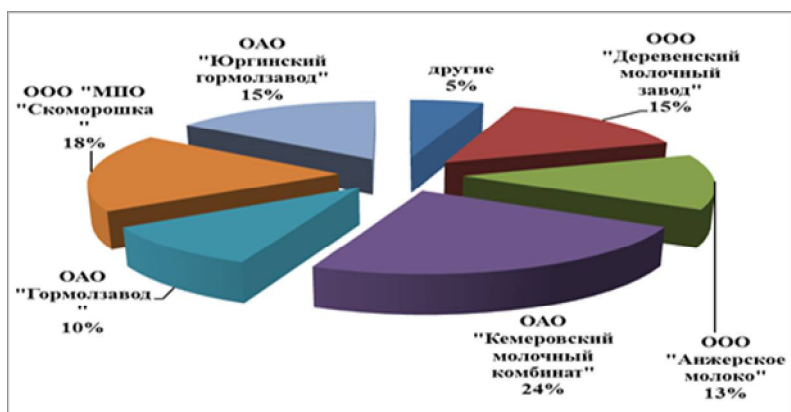
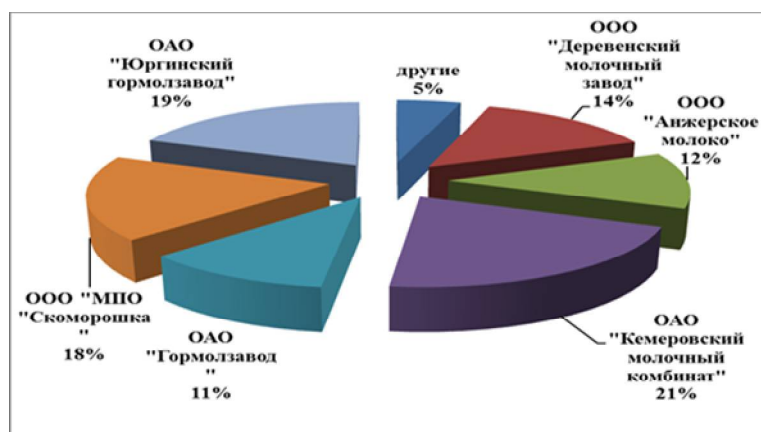


Рисунок Б.2 – Структура кисломолочной промышленности области за 2013 - 2015 г.г.,%

Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата	

ПРИЛОЖЕНИЕ Б
(продолжение)

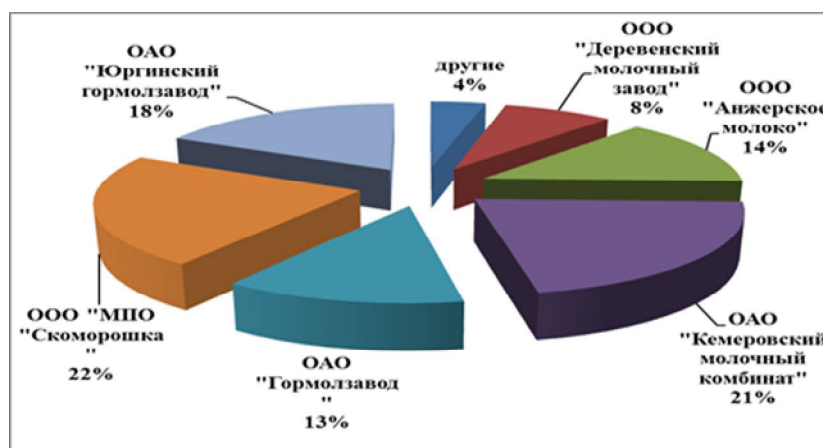
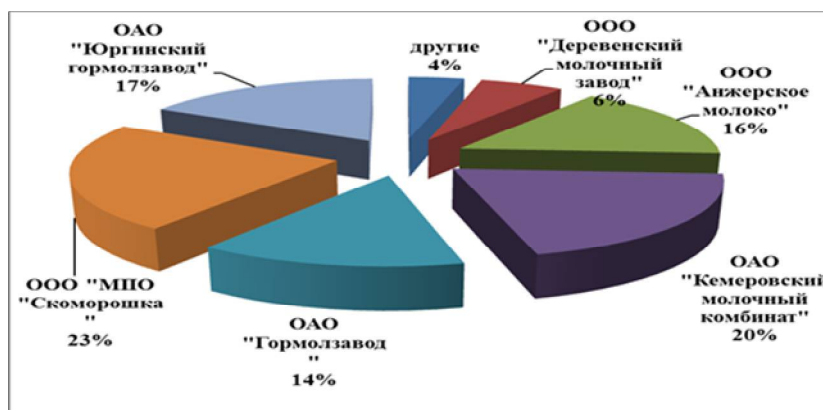
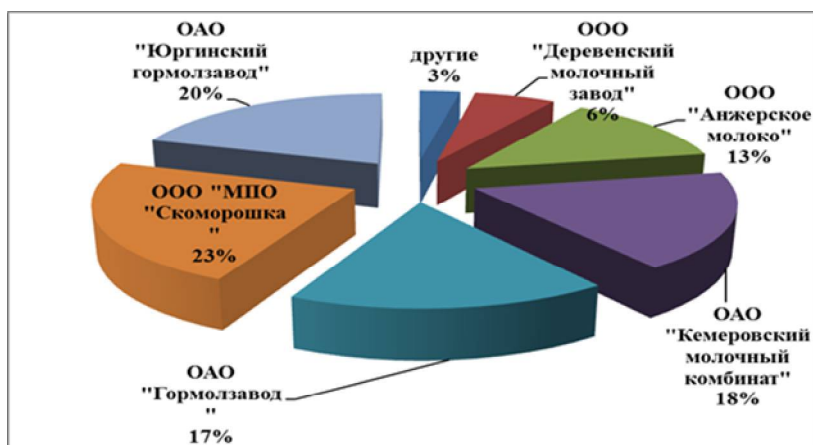


Рисунок Б.3 - Структура производства нежирной молочной продукции предприятиями Кемеровской области в 2013 - 2015г.г., %

Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата	

ПРИЛОЖЕНИЕ Б
(продолжение)

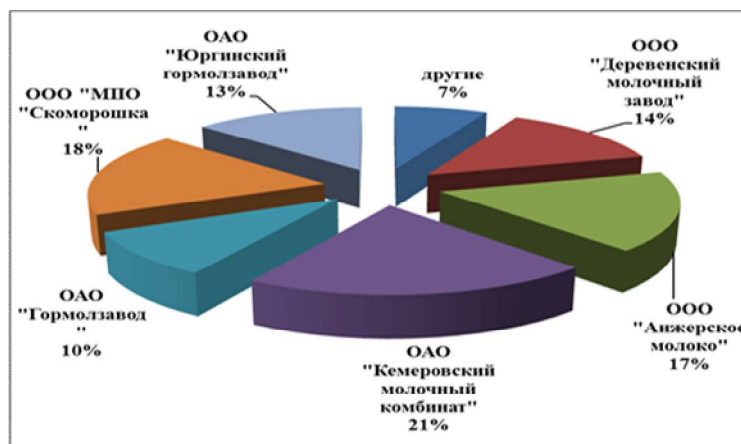
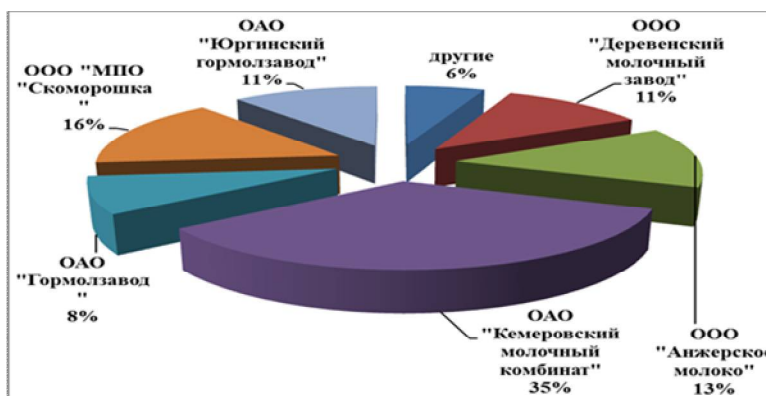
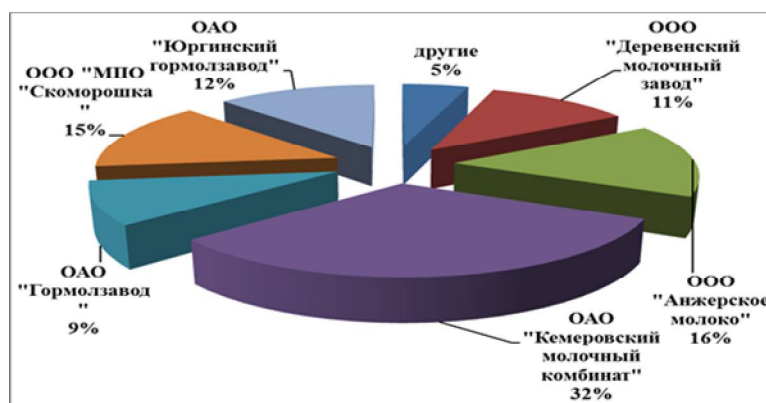


Рисунок Б.4 - Структура производства десертной продукции за 2013 2015 г.г.,%

Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата	

ПРИЛОЖЕНИЕ В

(обязательное)

Динамика средней цены на молочную и кисломолочную продукцию за 2013 год

Таблица В.1 - Динамика средней цены на молочную и кисломолочную
продукцию за 2013 год

Производители	Молоко	Кефир	Сметана	Творог	Йогурт
ОАО «Кемеровский молочный комбинат»	34,9	42,4	31,6	44,2	35,9
ООО «Анжерское молоко»	33,8	43,1	35,2	39,9	36,5
ОАО «Юргинский гормолзавод»	36,5	46,9	32,5	43,9	25,5
ООО «МПО» «Скоморошка»	28,9	45,3	37,5	47,8	30,8
ОАО «Гормолзавод»	28	34	37,5	48,3	29,8
ООО «Деревенский молочный завод»	34,9	44,8	45,3	51,5	29,9

Динамика средней цены на молочную и кисломолочную продукцию за 2014 год

Таблица В.2 - Динамика средней цены на молочную и кисломолочную
продукцию за 2014 год

Производители	Молоко	Кефир	Сметана	Творог	Йогурт
ОАО «Кемеровский молочный комбинат»	35,1	44,6	33,2	44,9	37,3
ООО «Анжерское молоко»	34,1	42,8	37,6	39,6	37,2
ОАО «Юргинский гормолзавод»	36,9	47,1	33,5	44,5	30,9
ООО «МПО» «Скоморошка»	27,2	44,5	40,2	50,4	31,5
ОАО «Гормолзавод»	47,3	47,2	42,4	51,3	31,4
ООО «Деревенский молочный завод»	36,2	45,7	44,1	51,7	32,7

Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата	

**Динамика средней цены на молочную и кисломолочную продукцию за
2015 год**

Таблица В.3 - Динамика средней цены на молочную и кисломолочную продукцию за 2015 год

Производители	Молоко	Кефир	Сметана	Творог	Йогурт
ОАО «Кемеровский молочный комбинат»	41,4	51,9	39,4	53,4	39,4
ООО «Анжерское молоко»	37,6	46,2	41,8	45,3	37,9
ОАО «Юргинский гормолзавод»	49,8	52,3	39,2	53,6	38,4
ООО «МПО» «Скоморошка»	30,1	49,2	43,2	52,9	35,6
ОАО «Гормолзавод»	53,9	52,6	49,8	59,6	40,1
ООО «Деревенский молочный завод»	37,5	48,3	46,5	53,2	39,8

Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата	

ПРИЛОЖЕНИЕ Г
(обязательное)

Динамика изменения цен на молочную и кисломолочную продукцию

Таблица Г.1- Динамика изменения цен на молочную и кисломолочную продукцию ОАО «Кемеровский молочный комбинат»

Наименование молочной продукции	2013	2014	2015	2014-2013; %	2015-2014; %	2015- 2013; %
Молоко	34,9	35,1	41,4	+ 5,7 %	+ 7,9 %	+ 8,6 %
Кефир	42,4	44,6	51,9	+ 5,1 %	+ 6,3 %	+ 2,4 %
Сметана	31,6	32,3	39,4	+ 2,2 %	+ 1,9 %	+ 4,6 %
Творог	44,2	44,9	53,4	+ 1,5 %	+ 8,9 %	+ 0,8 %
Йогурт	35,9	37,3	39,4	+ 3,8 %	+ 5,6 %	+ 9,7 %

Таблица Г.2 - Динамика изменения цен на молочную и кисломолочную продукцию ООО «Анжерское молоко»

Наименование молочной продукции	2013	2014	2015	2014-2013; %	2015-2014; %	2015- 2013; %
Молоко	33,8	34,1	37,6	+ 0,8 %	+ 0,2 %	+ 1,2 %
Кефир	43,1	42,8	46,2	+ 9,3 %	+ 7,9 %	+ 7,1 %
Сметана	35,2	37,6	41,8	+ 6,8 %	+1,7 %	+8,7 %
Творог	39,9	39,6	45,3	+9,2 %	+ 4,3 %	+3,5 %
Йогурт	36,5	37,2	37,9	+ 1,9 %	+ 1,8 %	3,8 %

Таблица Г.3- Динамика изменения цен на молочную и кисломолочную продукцию ОАО «Юргинский гормолзавод»

Наименование молочной продукции	2013	2014	2015	2014-2013; %	2015-2014; %	2015- 2013; %
Молоко	36,5	36,9	49,8	+ 0,1 %	+ 4,9 %	+ 6,4%
Кефир	46,9	47,1	53,2	+ 0,4 %	+ 2,9 %	+ 3,4 %
Сметана	32,5	33,5	39,2	+ 3,0 %	+ 7,0 %	+ 0,6 %
Творог	43,9	44,5	53,6	+ 1,3 %	+ 0,4 %	+ 2,0 %
Йогурт	25,5	30,9	38,4	+ 1,1 %	+4,2 %	+ 0,5 %

Таблица Г.4 Динамика изменения цен на молочную и кисломолочную

Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата	
-----	------	----------	---------	------	--

продукцию ООО «МПО «Скоморошка»

Наименование молочной продукции	2013	2014	2015	2014-2013; %	2015-2014; %	2015- 2013; %
Молоко	28,9	27,2	30,1	+4,1 %	+ 0,6 %	+ 4,1 %
Кефир	45,3	44,5	49,2	+8,2 %	+ 0,5 %	+ 8,6 %
Сметана	37,5	40,2	43,2	+ 2,6 %	+ 7,4 %	+ 5,2 %
Творог	47,8	50,4	52,9	+ 5,4 %	+ 4,9 %	+ 0,6 %
Йогурт	30,8	31,5	35,6	+ 2,2 %	+ 3,0 %	+ 5,5 %

Таблица Г.5 - Динамика изменения цен на молочную и кисломолочную продукцию ОАО «Гормолзавод» г. Киселевск

Наименование молочной продукции	2013	2014	2015	2014-2013; %	2015-2014; %	2015- 2013; %
Молоко	28,0	47,3	53,9	+ 8,9 %	+ 3,9 %	+ 2,5 %
Кефир	34,0	47,2	52,6	+ 8,8 %	+ 1,4 %	+ 4,7 %
Сметана	37,5	42,4	49,8	+ 3,0 %	+ 7,4 %	+ 2,8 %
Творог	48,3	51,3	59,6	+ 6,2 %	+ 6,1 %	+ 3,3 %
Йогурт	29,8	31,4	40,1	+ 5,3 %	+ 7,7 %	+ 4,5 %

Таблица Г.6 - Динамика изменения цен на молочную и кисломолочную продукцию ООО «Деревенский молочный завод»

Наименование молочной продукции	2013	2014	2015	2014-2013; %	2015-2014; %	2015- 2013; %
Молоко	34,9	35,1	37,5	+ 0,5 %	+ 6,8 %	+ 7,4 %
Кефир	44,8	45,7	48,3	+ 2,0 %	+ 5,6 %	+ 7,8 %
Сметана	45,3	44,1	46,5	+7,3 %	+ 5,4 %	+ 2,6 %
Творог	51,5	51,7	53,2	+ 0,3 %	+ 2,9 %	+ 3,3 %
Йогурт	29,9	32,7	39,8	+ 9,3 %	+ 1,7 %	+ 3,1 %