

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
КЕМЕРОВСКИЙ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ ПИЩЕВОЙ
ПРОМЫШЛЕННОСТИ (УНИВЕРСИТЕТ)

Кафедра «Экономика и управление»

Выпускная квалификационная работа

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

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

Выполнил: студент гр. МТ – 221
Загайнова Ю.В.

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

Работа защищена:

Кемерово 2016

Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата			
Разраб.					Лит.	Лист	Листов
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 товарной политики исследуемых предприятий.

Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата	

Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата		

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....

1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ АНАЛИЗА КОНЬЮНКТУРЫ РЫНКА.....

- 1.1 Конъюнктурный анализ рынка. Понятие и сущность
конъюнктурного анализа.....
- 1.2 Методология анализа рыночной конъюнктуры.....
- 1.3 Технология проведения конъюнктурного анализа.....
- 1.4 Понятие, сущность и цели товарной политики.....
- 1.5 Товар и его характеристика.....
- 1.6 Методологические основы разработки товарной политики.....
- 1.7 Этапы формирования ассортимента.....

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

Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата		

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

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

3 АНАЛИЗ ТОВАРНОЙ ПОЛИТИКИ
ПРЕДПРИЯТИЙ – ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ МОЛОЧНОЙ ПРОДУКЦИИ
Г. КЕМЕРОВО, КЕМЕРОВСКОЙ ОБЛАСТИ.....

3.1 Основные экономические показатели предприятий – производителей
Кемеровской области.....

3.2 Ассортиментное изменение молочной продукции
предприятий – производителей г. Кемерово, Кемеровской области....

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

ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ.....

ПРИЛОЖЕНИЯ.....

Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата		

ВВЕДЕНИЕ

Друг человека еще с колыбели - молоко. Представляет собой полноценный «всеобъемлющий» пищевой продукт.

Рынок продуктов питания (молочной продукции) стремительно насыщается родными 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. В условиях промышленной нестабильности проявляется особо остро. Известно, что выживает сильнейший. Как стать сильнейшим на рынке, как добиться поставленных целей поможет стратегия конкурентной борьбы предприятия.

До определенного возраста человек, как и другие млекопитающие, потребляет только молоко, так необходимое для питания, роста и развития его организма. Молочные продукты - один из важнейших продуктов питания в жизни человека. Благодаря содержанию высокоценных в физиологическом отношении белки, хорошо усваиваемый жир, минеральные вещества, особенно кальций и ряд важных витаминов, находящихся в молочных продуктах особенно полезно для детей, беременных, кормящих женщин и людей пожилого возраста.

Однако вкус молока замершего и через некоторое время оттаявшего резко меняется: появляется водянистость и сладковатость во вкусе. Это объясняется тем, что после оттаивания часть воды не связывается с белками и молочным сахаром, то есть остается в свободном состоянии и ощущается на вкус.

Рынок молока представляет собой интегрированную систему технологически и экономически взаимосвязанных отраслей молочного животноводства, молочной промышленности, полевого и лугопастбищного кормопроизводства, комбикормовой, микробиологической промышленности, машиностроения для указанных отраслей. А также отраслей производственно - социальной и рыночной инфраструктуры объединенных общей задачей – производством, переработкой,

Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата	

реализацией молока и молочных продуктов в целях удовлетворения потребностей общества с учётом научно - обоснованных норм потребления продуктов питания.

Главная особенность рынка молока заключается в специфике сырья – молоко является одним из наиболее ценных пищевых продуктов, содержащим основные питательные вещества (белки, жиры, углеводы) в наиболее оптимальном для человека соотношении 1:1:1. Специфика заключается в том, что молочная продукция является скоропортящейся и плохо транспортируемой. Эта особенность предполагает быструю первичную переработку молока и доведение молочной продукции до потребителя.

Рынок молока и молочных продуктов - важная составная часть продовольственного рынка России. Характерной особенностью формирования этого рынка в годы реформ, как и других, стали стихийность, отсутствие государственного регулирования. Тем не менее, в настоящее время черты рыночной экономики все чётче проявляются в поведении предприятий: они ориентированы на получение прибыли; маркетинговые структуры молочных компаний отслеживают покупательский спрос и выпускают такой ассортимент молочной продукции, который соответствует требованиям покупателей по разнообразию, качеству и цене.

Витамины, потребность в которых исчисляется в тысячных долях грамма, в молоке представлены достаточно полно. Можно смело сказать, что в молоке находятся почти все жирорастворимые и водорастворимые витамины, известные в природе.

В силу природно - климатических условий и особенностей расселения населения по территории страны основные зоны производства молока в России расположены очень неравномерно. Самыми крупными производителями молока в стране были и остаются Уральский, Центральный, Поволжский и Западно - Сибирский районы. На их долю приходится около 59 процентов валового производства молока.

Большое влияние на современное состояние российского молока оказывает конкуренция со стороны иностранных производителей. Наполнение рынка

Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата	

молочной продукцией импортного производства создаёт значительные трудности для сбыта продукции отечественных производителей.

Импорт молочной продукции осуществляется из таких стран как Новая Зеландия, Германия, Польша, Финляндия, Франция, Литва. Поставки молочной продукции на экспорт - в основном в страны СНГ, в частности в Казахстан, Украину и Республику Беларусь.

По импорту закупаются в основном масло коровье, сухое молоко, сыры и продукты для питания детей раннего возраста.

Государственная поддержка сельского хозяйства и пищевой промышленности должна заключаться в защите российского рынка, в том числе на таможенно - тарифном уровне. С другой стороны, ввоз оборудования для сельского хозяйства и пищевой промышленности, которое в России не производится, должен быть максимально облегчён. На государственном уровне необходимо решать вопрос об удовлетворении спроса российского населения на продукты питания, где за счёт их производства в России на основе всемерной поддержке отечественных производителей и переработчиков молока, научно – исследовательских структур, машиностроительных организаций.

Принимая к сведению опыт древних, и сделав свои выводы можно ясно представить, что важность молока велика. Следовательно, тема исследование конъюнктуры рынка молочной продукции весьма актуальна. В данной выпускной квалификационной работе раскрыты проблемы молочной продукции, её развитие, анализ и перспективы.

Предметом исследования выступают предприятия – производители молочной продукции г. Кемерово.

Объектом исследования является молочная продукция г. Кемерово.

Цель исследования – изучение конъюнктуры рынка молочной г. Кемерово,

Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата	

1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ АНАЛИЗА КОНЪЮНКТУРЫ РЫНКА

1.1 Конъюнктурный анализ рынка. Понятие и сущность конъюнктурного анализа

Конъюнктура рынка – экономическая ситуация, складывающаяся на рынке и характеризующаяся уровнями спроса и предложения, рыночной активностью, ценами, объёмами продаж, движением процентных ставок, валютного курса, заработной платы, дивидендов, а также динамикой производства и потребления.

В маркетинговом исследовании сочетаются два типа анализа:

1. Анализ может быть оперативным, охватывающим сравнительно небольшой отрезок времени. Он решает первоочередные, неотложные задачи. Такой анализ носит конъюнктурный характер.

2. Анализ же стратегический (фундаментальный) опирается на точные количественные оценки, получаемые в результате статистических расчетов.

Основной целью проведения конъюнктурного анализа - выявление закономерностей развития рыночной ситуации и составление прогноза развития этой ситуации на перспективу: долгосрочную, среднесрочную, краткосрочную.

Конъюнктурный рынок зависит от действий факторов, основными из которых являются: денежные доходы потребителей, цены на товары, соотношение спроса и предложения ценных бумаг, их доходность. [1]

Система показателей для анализа конъюнктуры подразделяется на три группы:

1. Показатели спроса;
2. Показатели предложения;
3. Показатели цен.

Обзор конъюнктуры состоит из пяти частей:

1. Спрос и потребление товаров – проводится анализ динамики и причин

Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата		

изменения спроса в целом и в распределении по основным товарным группам и территориям; отражается динамика спроса на новые товары; анализируются товары различных производителей по цене и качеству; изучается движение запасов готовой продукции у производителей и в товаропроводящей сети

2. Предложение - приводятся результаты анализа динамики предложения в целом и в распределении по основным товарным группам и производителям, вскрываются главные причины изменения объёма предложения, проводится анализ динамики загрузки производственной мощности, наличие её резерва; рассматриваются планы ведущих компаний в области цен и политика государства в отношении производства отдельных видов продукции.

3. Цены - рассматривается динамика розничных и оптовых цен. Отмечается соотношение спроса и предложения на товар; освещается политика компаний в области цен и политика государства по регулированию.

4. Прогноз развития конъюнктуры – включает прогнозы потребления производства и цен. Прогноз потребления разрабатывается с учётом перспектив развития отраслей, вероятных тенденций движения потребительского спроса, ожидаемых размеров потребления с учётом влияния конъюнктурно образующих факторов.

5. Рыночная конъюнктура определяет коммерческую ценность и конкурентоспособность товаров, возможность и экономическую целесообразность купли-продажи, выбор потенциальных и фактических стран-экспортёров (импортёров) и фирм-контрагентов, и поиск благоприятного момента выхода на рынок, форма и методы этого выхода. [2]

Для реализации задач конъюнктуры рынка разработана соответствующая система показателей, включающая в себя:

1. Показатели предложения товаров и услуг:

- объёма, структуры и динамики предложения (производства);
- потенциала предложения (производственного и сырьевого);
- эластичности предложения.

2. Показатели покупательского спроса на товары и услуги:

Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата		

- объема, динамики и степени удовлетворения спроса;
- потребительского потенциала и емкости рынка;
- эластичности спроса.

3. Показатели пропорциональности рынка:

- соотношения спроса и предложения;
- соотношения рынков средств производства и рынков потребительских товаров;
- структуры товарооборота;
- распределения рынка между производителями, оптовыми и розничными продавцами;
- распределения рынка продавцов по формам собственности;
- структуры покупателей по различным потребительским признакам (уровень дохода, возраст и т.д.);
- региональной структуры рынка.

4. Показатели перспектив развития рынка:

- темпов роста и прироста, объемов продаж, цен, товарных запасов, инвестиций, прибыли;
- параметры трендов объемов продаж, цен, товарных запасов, инвестиций, прибыли.

5. Показатели колеблемости, устойчивости и цикличности рынка:

- коэффициенты вариации объемов продаж, цен и товарных запасов во времени и пространстве;
- параметры моделей сезонности и цикличности развития рынка.

6. Показатели региональных различий состояния и развития рынка:

- региональной вариации соотношения спроса и предложения и других пропорций рынка;
- региональной вариации уровня спроса (в расчете на душу населения) и других основных параметров рынка.

7. Показатели деловой активности:

- состава, заполненности и динамики портфеля заказов;

Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата	

- числа, размера, частоты и динамики сделок;
- загруженности производственных и торговых мощностей.

8. Показатели коммерческого (рыночного) риска:

- инвестиционного риска;
- риска принятия маркетинговых решений;
- риска рыночных колебаний.

9. Показатели уровня монополизации и конкуренции:

- численности фирм на рынке каждого товара, их распределение по формам собственности, организационным формам и специализации;
- распределения фирм по размеру объема производства, сбыта и продаж;
- уровня приватизации (число приватизированных предприятий, их организационные формы и доля в общем объеме рынка);
- раздела рынка (группировка фирм по их размеру (малые, средние и крупные) и по их доле в объеме сбыта и продаж).

Анализ конъюнктуры рынка включает в себя изучение двух взаимосвязанных блоков - общехозяйственной конъюнктуры и конъюнктуры рынка конкретного товара.

Для анализа общехозяйственной конъюнктуры используют результаты изучения внешней среды предприятия. Показатели общехозяйственной конъюнктуры назовем следующие:

- объем и динамика валового национального продукта, национального дохода, производства в отраслях народного хозяйства;
- объем инвестиций;
- величина средней и реальной заработной платы;
- численность работающих в народном хозяйстве и в отраслях;
- показатели состояния внутреннего рынка (товарные запасы, объем и структура розничного товарооборота и пр.);
- динамика оптовых и розничных цен, индексы инфляции;
- уровень жизни населения;
- динамика внешнеэкономической деятельности;

Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата	

- индексы фондовых рынков;
- уровень безработицы.

Анализ конъюнктуры товарного рынка начинается с изучения спроса на товарном рынке, который проводится по отдельным сегментам рынка:

- по потребительскому сектору (население);
- по производственному потреблению;
- по государственному потреблению;
- по экспорту.

Одним из направлений конъюнктурного анализа является метод построения системы индексов деловой активности. К ним относятся показатели динамики рынка: темпы роста производства (или поставки) товаров, товарных запасов, цен и так далее. [31]

В качестве дополнительных индикаторов привлекаются такие характеристики рынка как:

1. Численность населения;
2. Уровень дохода;
3. Региональные показатели розничных продаж и т.д.

К рыночным индикаторам относятся:

1. Вовлечение товарной массы в сферу рынка;
2. Товарооборот;
3. Товарные запасы (в стоимостном выражении или в днях оборота);
4. Цены (в денежных единицах или в отношении к доходу);
5. Прибыль (или рентабельность).

1.2 Методология анализа рыночной конъюнктуры

Конъюнктурный анализ позволяет всесторонне проанализировать рыночную ситуацию и дать комплексную характеристику состояния рынка. Следовательно, выясняется, насколько благоприятна конъюнктура для осуществления поставленных целей. Важной составляющей конъюнктурного анализа является

Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата		

система рыночных индикаторов.

Индикатор рынка - это качественный или количественный показатель, позволяющий единолично или в комбинации с другими показателями отразить или измерить рыночную ситуацию. Многие индикаторы рынка выводятся на базе специальных конъюнктурных торговых и социологических опросов, опирающихся на мнения заинтересованных лиц: потребителей, производителей, участников торгового процесса, независимых экспертов и т.д. Методология построения подобных индикаторов является смешанной: в организации опросов применяются приемы социометрии, выборка респондентов и группировки анкет опираются на статистические методы, конструирование самих индикаторов использует принципы маркетинга и т.д. Находит применение система балльных оценок, ранжирования и взвешивания по оценкам важности. Некоторые из подобных индикаторов разрабатываются Российским агентством статистики, другие различными правительственными и неправительственными учреждениями.

Большое внимание следует принимать некоторым конъюнктурным оценкам состояния рынка, содержит элемент субъективизма. Одним из методов неформальной оценки рыночной конъюнктуры является анализ качественная характеристика данных, полученных от торговых корреспондентов.

Существуют следующие характеристики рынка: оживленный рынок, развивающийся рынок, стабильный рынок, стагнирующий рынок, регрессирующий рынок и т.д. Четкой границы между этими определениями не существует, но, тем не менее, каждому состоянию присущи свои конкретные количественные характеристики конъюнктурных индикаторов.

Одним из конъюнктурных приемов оценки состояния и развития рынка является метод тестирования. На основе данных тенденциальных опросов разрабатывается специальный конъюнктурный тест, в котором используются три группы величин (переменных):

- инструментальные переменные, зависящие от деятельности предприятий и планируемые самими предприятиями;

- переменные ожидания - зависящие не от предприятий, а от внешних

Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата	

факторов;

- совокупные переменные, - зависимые как от действий предприятий, так и от внешних факторов.

Конъюнктурный тест представляет собой простую среднюю арифметическую, полученную из трех возможных оценок тенденции изменения рынка: рост (подъем), стабильность, понижение (спад), каждой из которых присваивается соответствующий балл.

1.3 Технология проведения конъюнктурного анализа

Анализ рыночной конъюнктуры следует начинать с характеристики масштаба и типа рынка. Масштаб рынка определяется объемом продажи товаров, а также числом и размером фирм, выступающих на нем в качестве продавцов. Фирмы ранжируются по размеру и формам собственности, а также по доли занимаемой ими на рынке. Качественная характеристика доли (большая, средняя, малая и т.п.) выводится из сопоставления доли, принадлежащей фирме и доле наиболее крупных конкурентов.

Оценка масштаба и типа рынка дополняется характеристикой потенциала рынка, определяющего возможности товарного предложения и покупательского спроса. Потенциал рынка подразделяется:

- производственный;
- потребительский.

Производственный потенциал определяет предельные возможности товарного предложения. Соответственно потребительский потенциал определяется величиной спроса и динамикой его возможных изменений. [14]

Следующий важнейшей характеристикой рынка является его сбалансированность. Она определяется соотношением спроса и предложения. Баланс или равенство этих двух главных категорий, встречается не так уж часто, соотношение между ними постоянно изменяется. В частности, заключается одно из проявлений стихийности рынка. Баланс или дисбаланс спроса и предложения

Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата	

определяет тип рынка (рынок продавцов или рынок покупателя). Для анализа сбалансированности рынка используются различные методы балансовый, соотношения показателей динамики, косвенный – с помощью индикаторов, неформальных и экспертных оценок. Сложность анализа сбалансированности рынка заключается в том, что если товарное предложение – показатель документируемый, то спрос непосредственно оценить нельзя (спрос – категория потенциальная, существующая в представлении покупателя, и в его кошельке). Об основных закономерностях и тенденциях спроса можно судить по товарообороту (реализованному спросу) или покупательным фондам населения, но фактически спрос в силу ряда причин может существенно не совпадать с ним. И все же условные расчёты необходимо принимать во внимание. [30]

Важным элементом конъюнктурного анализа является анализ тенденций развития рыночной конъюнктуры. Тенденция развития рынка - это экономическое и статистическое понятие, характеризующее закономерность изменения его основных параметров во времени. Сущность анализа заключается в определении количественных оценок и моделей динамики рынка, характеризующие изменения рыночной ситуации: растущий/развивающийся рынок, стабильный (развитый) рынок, сокращающийся рынок. Тенденции развития рынка определяются на основе анализа изменения основных своих показателей (поставки, продажи, цены). Визуально рассматриваются динамические ряды или их графические изображения (диаграммы), и на этой основе дается описательная характеристика тенденций.

Для динамического развития рынка характерно явление цикличности, то есть повторяемости тенденций и интенсивности развития. Это явление обусловлено как внешними факторами, так и глубинными, внутренними свойствами рынка. Различают внутригодовую, сезонную цикличность и экономическую цикличность. Охватывает несколько лет, и отражает закономерности действия рыночного механизма. Цикличность рынка - это регулярно повторяющиеся во времени изменения уровня, вектора, скорости и характера его развития. [12]

Сезонная цикличность обусловлена сезонностью сельскохозяйственного производства и сезонно - климатическими изменениями потребностей

Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата	

потребителей. Простейшим способом выявления сезонных колебаний служит расчет индекса сезонности, который определяется как отношение каждого уровня к соответствующей средней величине, исчисленной за год, или за несколько лет. Индекс сезонности показывает фактические колебания параметров рынка, соответствующие определенным сезонам.

Вторым видом цикличности рынка является экономическая цикличность. Согласно экономической теории в своем развитии рынок проходит ряд циклов, сменяющих друг друга по принципу: подъем - спад - подъем и т.д. [26]

Подъем рынка приводит к его перенасыщению, кризису сбыта (перепроизводства), его сменяет депрессия, снижение деловой активности, спад, который постепенно переходит в оживление и подъем рынка. Методика выявления цикличности рынка включает следующие принципиальные операции: на первом этапе отбираются параметры рынка, проявляющие наибольшие колебания, и строятся их динамические ряды или их графические изображения (диаграммы). Анализ, которых позволяет сделать выводы об изменении основных рыночных процессов и их движении по фазам экономических циклов.

Прогноз рынка это научное предвидение перспектив развития спроса, товарного предложения, цен, выполненное в рамках определенной методики, на основе достоверной информации, с оценкой его возможной ошибки. Выделяют группы прогнозов, основой которых являются: экстраполяция ряда динамики, интерполяция ряда динамики, расчет коэффициентов эластичности спроса, цен и товарного предложения, экономико-математическое моделирование, структурное моделирование, экспертные оценки, аналогия. [12]

Прогнозирование элементов рынка методом экстраполяции динамических рядов - это перенос закономерностей и тенденций из прошлого на будущее. Технический метод экстраполяции заключается в продлении текущего динамического ряда спроса, товарного предложения или цен на определенную перспективу. При этом предполагается, что все факторы, определяющие изменения того или иного элемента рынка неизменны во времени. Когда такое предположение оправдывается, экстраполяция дает достаточно точные прогнозы развития рынка.

Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата	

Однако если тот или иной существенный фактор в прогнозируемом периоде резко изменится, то ошибка прогноза может быть достаточно большой. Причем чем больше период, тем она больше. Поэтому экстраполяция, как метод прогнозирования, обычно используется лишь на краткосрочных интервалах.

Метод интерполяции динамических рядов заключается в нахождении недостающих членов динамического ряда внутри него. По известным начальным и конечным уровням ряда и по установленной взаимозависимости его членов рассчитывается любой необходимый уровень. Применение этого метода связано с необходимостью наличия разработанных норм потребления, достоверным определением года достижения этой нормы, знаниям закономерностей развития динамических рядов потребления. Точность этого метода сравнительно невелика. Поэтому этот метод прогнозирования используют в маркетинге сравнительно редко. Чаще всего его используют для долгосрочного прогнозирования. [26], [30]

Методы экстраполяции и интерполяции не учитывают изменения факторов рынка во времени. В то же время общеизвестно, что спрос, товарное предложение и цены зависят от большого числа факторов. Известно также, что учесть все факторы при расчетах перспектив развития рынка невозможно. Метод прогнозирования с помощью расчетов коэффициентов эластичности спроса заключается в выборе главных, определяющих факторов рынка и измерений их влияния на тот или иной элемент рынка.

1.4 Понятие, сущность и цели товарной политики

На обычном рынке товар определяет судьбу рыночной и всей хозяйственной политики предприятия – производителя. Товар - сложное, многоаспектное понятие, совокупность многих свойств, главным среди которых являются потребительские свойства, т.е. способность товара выполнять свою функцию - удовлетворить потребности того, кто им владеет. Уже в силу этого обстоятельства вся совокупность мер, связанных с товаром, т.е. его создание, производство и совершенствование, реализация на рынках, сервисное и предпродажное

Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата	

обслуживание, разработка рекламных мероприятий, а также снятие товара с производства, бесспорно, занимает центральное место во всей деятельности товаропроизводителя. Весь этот комплекс мероприятий производителя и называется товарной политикой производителя. [34]

Роль руководящего начала при формировании ассортимента заключается в том, что умело сочетая ресурсы предприятия с внешними факторами и возможностями, разрабатывать и осуществлять такую товарную политику, которая обеспечивала бы стабильное положение предприятия за счет роста сбыта высокоэффективных конкурентоспособных товаров. [33]

Хорошо продуманная товарная политика не только позволяет оптимизировать процесс обновления ассортимента, но и служит для руководства предприятия своего рода ориентиром общей направленности действий, позволяющим корректировать текущие ситуации. Отсутствие генерального стратегического курса действий предприятия, без которого нет и долгосрочной товарной политики, чревато неправильными решениями, распылением сил и средств, отказом от запуска изделий в производство в момент, когда уже все готово к их серийному или массовому выпуску. Естественно, ошибки такого рода дорого обходятся товаропроизводителями.

Успешная деятельность предприятия на рынке прямо зависит от детально разработанной и хорошо продуманной товарной стратегии. В маркетинговой стратегии предприятия составляют главную роль стратегические решения по товару. Потому что товар или услуга один из самых эффективных инструментов, получения прибыли. Остальные элементы маркетингового комплекса (коммуникации, цена, сбыт) базируются на особенностях продукта. Иными словами можно сказать, что если наш товар не может удовлетворить потребителя и его покупательские потребности, то все усилия и затраты, которые связаны с использованием элементов маркетингового комплекса, не смогут укрепить позиции предприятия на рынке.

Товарная политика - это не только целенаправленное формирование ассортимента и управление им, но и учет внутренних и внешних факторов

Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата	

воздействия на товар, его создание, производство, продвижение на рынок и реализация, юридическое подкрепление такой деятельности, ценообразование как средство достижения стратегических целей товарной политики и др. [3]

Цели товарной политики:

1. Обеспечить преемственность решений и мер по формированию оптимального ассортимента;
2. Поддерживать конкурентоспособность товаров на заданном уровне;
3. Целенаправленно адаптировать ассортиментный набор к требованиям рынка (покупателей);
4. Находить для товаров перспективные сегменты и ниши;
5. Способность разработке и осуществлению стратегии товарных знаков, упаковки, сервиса.

Условия разработки и осуществление товарной политики:

1. Четкое представление о целях производства и сбыта на перспективу;
2. Наличие корпоративной стратегии действий на долгосрочную перспективу;
3. Хорошее знание рынка, его требований и перспектив;
4. Ясное представление о своих возможностях и ресурсах.

1.5 Товар и его характеристика

Товар – это все, что может быть предложено на рынке для приобретения, использования и потребления, а так же для нужд и потребностей покупателя.

При разработке товар воспринимается на трёх уровнях:

1. Товар по замыслу, который должен определить, какую проблему потребителя должен решить создаваемый товар;
2. Товар в реальном исполнении, т.е. конкретный товар, обладающий пятью характеристиками - уровнем качества, набором свойств, специфическим оформлением, марочным названием и соответствующей упаковкой;
3. Товар с подкреплением, т.е. представление дополнительных услуг и выгод

Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата		

применительно к продаваемому товару (доставка на дом, гарантия возврата денег, инструкции, программы и т.п.). [36]

По степени присущей товарам долговечности или материальной осязаемости товары можно разделить на следующие группы:

- товары длительного пользования – материальные изделия, выдерживающие многократное использование, (холодильники, станки, одежда);
- товары кратковременного пользования – материальные изделия, полностью потребляемые за один или несколько циклов использования (пиво, мыло, соль);
- услуги – объекты продажи в виде действий, выгод или удовлетворений (стрижка в парикмахерской или ремонтные работы).

Товары и услуги можно разделить на две большие группы, принадлежность к которым определяется типом потребителя,- товары широкого потребления и товары производственного назначения.

Товары широкого потребления – товары, приобретаемые конечными потребителями для личного пользования. К ним относятся:

- Товары повседневного спроса – это товары и услуги широкого потребления, которые потребители обычно покупают часто, без раздумий при их сравнении и покупке;
- Товары предварительного выбора – приобретаются не так часто; потребитель затрачивает много времени и сил на сбор сведений о товаре, а также на сравнение различных марок с точки зрения их пригодности, качества, цены, внешнего оформления (мебель, одежда, электробытовая техника);
- Товары особого спроса – это товары широкого потребления, обладающие уникальными характеристиками или принадлежащие к определенной марке, ради приобретения которых значительная часть покупателей готова затратить дополнительные усилия (дорогие автомашины, фото- и видеотехника, предметы роскоши);
- Товары пассивного спроса – это товары широкого потребления, о которых потребитель либо не знает, либо знает, но, как правило, не задумывается об их покупке (страхование жизни, стиральные машины;

Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата	

Товары производственного назначения – это товары, которые приобретают для дальнейшей переработки или использования в хозяйственной деятельности;

- Материалы и комплектующие - товары, полностью используемые в изделии производителя. Материалы можно подразделить на сырье и полуфабрикаты;

- Капитальное имущество – это товары, постепенно используемые в производстве. Капитальное имущество можно подразделить на стационарные сооружения и оборудование, а также вспомогательное оборудование (здания, офисы, генераторы, большие компьютеры и подъёмники);

- Вспомогательные материалы и услуги – не используются непосредственно в производстве продукции. Это рабочие материалы – смазочные масла, карандаши и материалы для технического обслуживания и ремонта, краски, гвозди, щётки.
[37]

Следовательно, из вышесказанного ясно, что все характеристики товара оказывают большое влияние на стратегию маркетинга. В то же время на стратегии маркетинга сказываются те факторы, как численность конкурентов, степень сегментированности рынка и состояние экономики.

1.6 Методологические основы разработки товарной политики

Товарная политика представляет собой деятельность предприятия (фирмы) в области формирования товарного ассортимента, присвоения марочных названий, разработки упаковки и организации сервисного обслуживания. Улучшение качественных характеристик товара основывается на соответствии их запросам потребителей, повышении уровня конкурентоспособности, учете периода жизненного цикла на рынке, использовании достижений научно-технического прогресса и т.п. При этом совершенствуются сами полезные качества продукта, материальный вид товара, а также весь комплекс услуг по приобретению и эксплуатации.

Товарная политика реализуется по следующим направлениям:

1. Разработка ассортимента;

Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата	

2. Поддержание конкурентоспособности товаров;
3. Позиционирование товара;
4. Упаковка, маркировка;
5. Сервисное обслуживание.

Принципы товарной политики:

- разработка выгодного товарного ассортимента с учетом товаров-аналогов, уровня спроса, совокупных затрат;
- организация маркетинговых исследований в целях создания достоверного банка данных по конъюнктуре, ценам, конкурентам и потребительской панели;
- своевременное обновление товарного ассортимента за счет концепции нового товара. [37]

Известно, что полнота удовлетворения покупательского спроса и качество торгового обслуживания субъектов рынка зависят от наличия необходимого количества товаров определенного наименования, т.е. соответствующего товарного ассортимента. Так как в процессе движения от изготовителя до потребителя часть товарной массы сосредотачивается на складах изготовителя продукции, в пунктах отправления и назначения, на транспортных средствах, на складах посреднических организаций, у потребителей, то необходима группировка товаров, в соответствии с определенными признаками, заключенными в понятие «ассортимент».

Ассортимент товара – определенная совокупность, перечень товаров различных видов, сортов, объединяемых по какому-либо признаку (способу производства, назначению, размеру и т.д.). Ассортимент характеризует состав товаров производственно - технического назначения и народного потребления.

Существуют два основных вида ассортимента: производственный и торговый, т.е. находящийся в сфере обращения. Торговый ассортимент, как правило, шире производственного и зависит от типа предприятия (магазина, склада), специализации обслуживающих производственных предприятий, региона, местонахождения, демографической ситуации.

Предприятия должны создавать такой ассортиментный перечень товаров, который мог бы обеспечить бесперебойность товарооборота. Воплощение этого

Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата		

принципа опирается на ассортиментную концепцию.

Ассортиментная концепция представляет собой направленное построение рациональной ассортиментной структуры товарного предложения, при котором за основу принимаются: потребительские требования конкретных субъектов рынка, обеспечение наиболее эффективного использования финансовых, материальных, технологических, трудовых ресурсов. Основная цель ассортиментной концепции – выработка решения для приведения ассортиментной концепции в соответствие с объемом, структурой рыночного спроса и товарного предложения по конкретным видам товара, номенклатуре, группам.

Для ассортиментной концепции характерна система обобщенных показателей, характеризующих: возможности рационального развития товарного ассортимента, уровень и соотношение цен на конкретные товары. Хорошо продуманная и отработанная концепция способствует совершенствованию коммерческо - хозяйственных связей, рациональному размещению производства на территории страны, ориентирует отрасль и промышленность в целом на выпуск товаров, обеспечивающих потребности и спрос.

Рациональному формированию ассортимента товаров способствует ассортиментная политика субъектов рынка. Она предполагает использование долгосрочных программ, разрабатываемых с учетом спроса; имеющихся наличных ресурсов; возможности обеспечения необходимыми ресурсами по приемлемым оптимальным ценам; основных потребительских параметров изделий. Оценка продукции большинством фирм выясняется от случая к случаю, а динамика клиентских оценок вообще не определяется. Потребители часто не выявлены и не классифицированы, а если опрос и производится, то зачастую не по всем группам потребителей с неясными целями и неоднозначными вопросами, не говоря уже о принятии пожеланий и предложений потребителей.

Перечисленные ранее факторы, учитываемые ассортиментной политикой, являются базой для производства и реализации востребованной рынком продукции.

Ассортиментная политика динамична и должна каждый раз корректироваться

Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата	

в соответствии с изменением производства товаров, ростом (сокращением) объемов производства, развитием сферы обращения, повышением (понижением) платежеспособности потребителей, ростом их социального уровня, усилением конкуренции на товарном рынке, изменениями рыночной конъюнктуры и т.д. При всем этом допускается как просто расширение или сокращение ассортиментных позиций, так и совершенное обновление ассортимента. Сокращение ассортимента должно вестись за счет изделий с низким спросом субъектов рынка и переключением высвобождающейся части ресурсов на производство изделий с более высоким спросом.

Начальным этапом выработки ассортиментной политики является исследование «жизненного цикла товара», основанного на том, что каждый продукт живет на рынке определенное время. Потом он вытесняется с рынка другим, более совершенным товаром. Жизненный цикл товара – это время с момента первоначального появления товара на рынке (включая его замысел) до прекращения его реализации на данном рынке. Жизненный цикл описывается изменением показателей объема продаж и прибыли во времени и состоит из нескольких стадий: вывод товара на рынок; стадия роста; насыщения; спада; уход с рынка.

Продолжительность каждого цикла зависит как от самого товара, так и от конкретного рынка.

Жизненный цикл товара графически изображается в виде кривой спроса, построенной по данным параметрам рынка или по прогнозным данным.

Первая стадия – вывод товара на рынок.

Характеризуется незначительным ростом объема продаж, может быть убыточен из-за затрат на маркетинг, не освоенности производства, малого объема выпуска. Необходима активная реклама, большие совокупные расходы, продуманная ценовая политика.

Вторая стадия – стадия роста. Для нее характерен быстрый рост объема продаж, рост прибыльности, падение относительной доли затрат на маркетинг, цены постоянно или незначительно падают, реклама становится умеренной, товар

Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата	

уже знают и покупают.

Следующая стадия – стадия насыщения, зрелости, стабильности - самая выгодная для изготовителя. Прибыль максимальная, затраты минимальны, рост объема продаж замедляется и начинает постепенно снижаться, так как товар уже приобрели большинство потенциальных потребителей, усиление конкуренции, рост затрат на маркетинг. На данном этапе необходимо заниматься разработкой нового товара, усиливать сервис. При модернизации продукта и/или рыночных сегментов возможно продление данной стадии.

Четвертый этап – этап спада. Характеризуется падением прибыли, спроса. Поиск новых рынков сбыта, активизация сервиса, модернизация продукта, поддержка спроса за счет снижения цен, активизация рекламы могут только продлить эту стадию.

Этап – уход с рынка. Применяют конверсионный маркетинг, возможна реанимация товара за счет новых рынков, новых сегментов («кривая ностальгии», «кривая возобновления»), своевременное сворачивание.

На последних стадиях жизненного цикла повышаются затраты на поддержание сбыта.

Наибольший практический интерес имеет изучение жизненного цикла конкретной марки товара. Данная концепция применима к таким явлениям как стиль и мода.

Следует отметить, что протяженность во времени и интенсивность перехода из одной стадии в другую имеют большие различия в зависимости от специфики товара и рынка. Переход от стадии к стадии происходит плавно, поэтому службе маркетинга необходимо внимательно следить за изменениями объемов продаж и прибыли, чтобы уловить границы стадий, использовать соответствующие каждой стадии маркетинговые стратегии и вносить соответствующие изменения в программу маркетинга. Особенно это касается стадий насыщения и спада, так как удерживать на рынке исчерпавший себя продукт убыточно, а для престижа – просто вредно. [38]

Товарная политика требует четкого формирования ассортимента.

Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата		

Формирование ассортимента – это подбор различных групп, видов, размеров, фасонов и других разновидностей товарной продукции в соответствии со спросом субъектов рынка, направленный на более полное его удовлетворение. Его цель – создание устойчивого ассортимента, причем он должен быть минимально достаточным. Ассортиментный минимум вносит организованность в работу предприятий, является гарантом обеспечения потребителей соответствующей продукцией. Устойчивость ассортиментного минимума позволяет избежать отсутствия в продаже конкретного товара, т.к. это может означать отказ в удовлетворении потребительского спроса. Устойчивость определяется таким показателем как коэффициент устойчивости. Коэффициент устойчивости – это отношение фактического ассортимента к обязательному. По видам товаров коэффициент определяет степень устойчивости ассортимента товаров, не заменяемых в потребительском спросе, а по разновидностям – степень устойчивости взаимозаменяемых товаров.

При формировании ассортимента учитываются:

- специфика товарных групп;
- особенности отдельных видов товаров;
- размеры складских и торговых помещений;
- наличие складского оборудования;
- возможность обеспечения необходимых условий хранения;
- структура товарооборота;
- объем товарооборота;

При формировании товарной политики необходимо учитывать, что товары могут различаться по виду и периодам использования, функциональному назначению, надежности, удобству использования, долговечности, обслуживанию, гарантии, и так далее. [35]

При разработке товарной политики основными проблемами являются:

- инновации (создание новых товаров или обновление существующих);
- обеспечение количества и конкурентоспособности товаров;
- создание и оптимизация товарного ассортимента;

Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата	

- вопросы о товарных марках;
- создание эффективной упаковки;
- анализ жизненного цикла товара и управление им;
- позиционирование товаров на рынке.

Схема вариантов модификации товаров в рамках товарной политики предприятия, обеспечивающая основной рыночный успех товарной политики предприятия (рисунок 1.1).

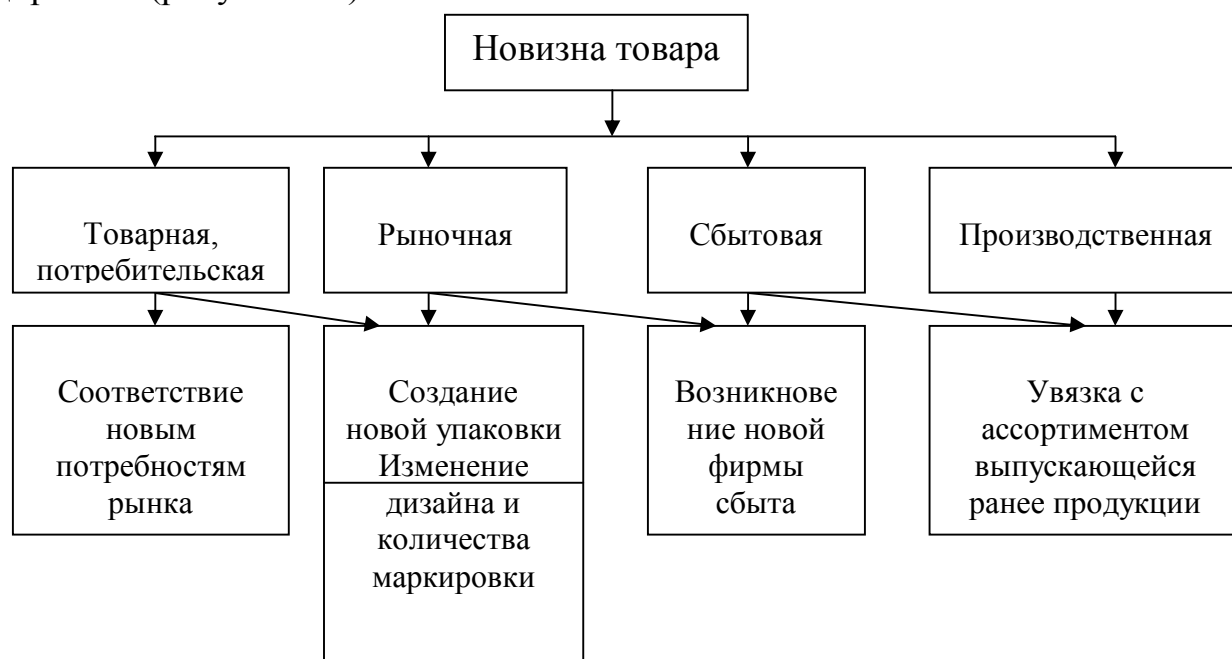


Рисунок 1.1 - Альтернативные варианты модификации товаров в рамках товарной политики предприятия

На рисунке 1.1 отражены основные варианты модификации товаров.

1.7 Этапы формирования ассортимента

1. Определение текущих и перспективных потребностей на рынке с учетом покупательского поведения в целевых сегментах.
2. Оценка соответствующих аналогов конкурентов по совокупным направлениям потребительской ценности ассортиментных товаров.
3. Обоснование концепции нового товара в целях своевременного снятия с производства устаревших образцов.
4. Решение вопросов полноты ассортимента с учетом возможностей

Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата	

использования привлекательных инвесторов.

5. Планирование и управление ассортиментом в целях:

- а) разработки производственной программы;
- б) программы маркетинга;
- в) мероприятия рекламы и публик-релейшинз;
- г) разработки сервиса и системы стимулирования сбыта.

Известно, что спрос является важнейшим элементом рыночного механизма.

Спрос определяет емкость рынка – ту часть товарного предложения, которая должна быть реализована в обмен на платежные средства субъектов рынка. Это представленные на рынке конкретные платежеспособные потребности, удовлетворяемые при наличии товарного предложения. Таким образом, спрос отражает не только определенную сумму денег, но и требования, предъявляемые к потребительным стоимостям. С развитием рыночных отношений стало необходимо учитывать требования потребителей к составу товарного предложения, потребительские оценки товаров.

При всем этом исследование рынка начинается не с продукта, а с потребностей покупателей. Потребность конкретизируется в спрос на определенные технологические способы ее удовлетворения. Технологические способы могут реализовываться с помощью различных конкретных технико - технологических решений. На следующем уровне выбираются конкретные типы выпускаемых товаров. В рамках продукта определенного типа существуют конкретные виды продукта, которые имеют так же свои жизненные циклы, обычно короткие, хотя марки могут оставаться на рынке очень долго, если фирма успешно и своевременно осуществляет ряд мероприятий, обеспечивающих сохранение основных качеств марки: смену технологий, дизайна, обслуживающих составляющих. [37]

Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата	

2 ОРГАНИЗАЦИОННО – ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРЕДПРИЯТИЙ - ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ МОЛОЧНОЙ ПРОДУКЦИИ Г.КЕМЕРОВО

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». [13]

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);

Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата					

Продолжение таблицы 2.1

<p>ОАО «Юргинский гормолзавод» г. Юрга; ул. Шоссейная 31;1</p>	<p>- производство цельномолочной продукции; - маслодельная, сыродельная и молочная (без производства молочных консервов);</p>
<p>ОАО «Гормолзавод» г. Киселевск; Клубная улица 5;</p>	<p>- производство цельномолочной продукции; - маслодельная, сыродельная и молочная (без производства молочных консервов)</p>
<p>ООО «Молочное производственное объединение «Скоморошка», г Кемерово ; пр. Кузнецкий 99;</p>	<p>- производство цельномолочной продукции; - маслодельная, сыродельная и молочная (без производства молочных консервов);</p>

В таблице 2.1 была представлена краткая характеристика предприятий - производителей молочной продукции г. Кемерово и Кемеровской области.

2.2 Региональная структура производства молочной продукции за 2013-2014 годы

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 другие.

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. [15]

Среди аминокислот, входящих в состав молока, 8 относятся к незаменимым,

Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата	

то есть 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 край (18%), Новосибирская область (13%), Алтайский край (20%), Омская область (16%), Иркутская область (12%), Томская область (4%), Кемеровская область (13%) и другие (4%) (рисунок 2.1).

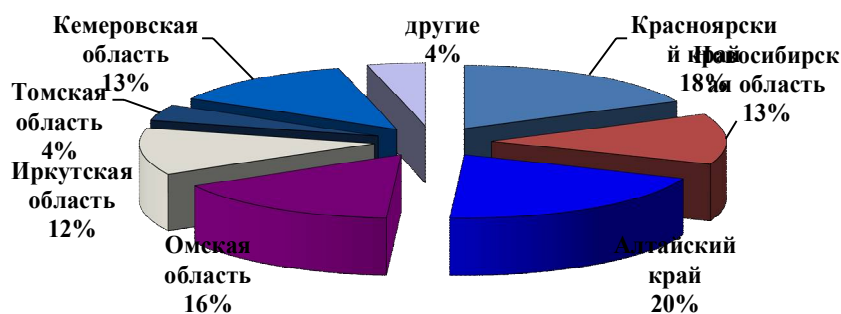


Рисунок 2.1 - Региональная структура производства молочной продукции Сибирского Федерального Округа в 2013 году, %

Из рисунка 2.1 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%.

Рассмотрим, что происходит в 2014 году. Красноярский край занимает (19%) от общего объема производства, Новосибирская область 14%, Алтайский край - 18%, Омская область - 16%, Иркутская область - 12%, Кемеровская область - 13%, Томская область - 4% и другие - 4% (рисунок 2.2).

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

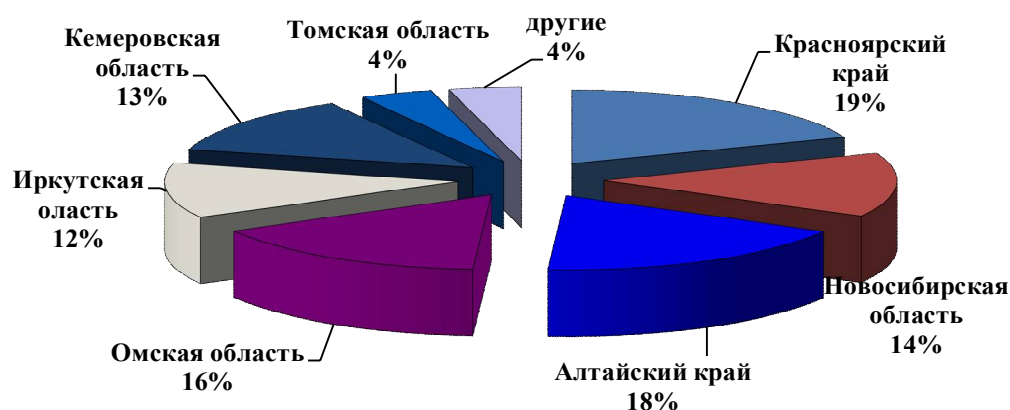


Рисунок 2.2 - Региональная структура производства цельномолочной продукции с СФО в 2014 году, %

Региональная структура производства молочной продукции Сибирского Федерального Округа в 2014 г.,%, из рисунка видно, что 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%;

Среди регионов СФО по производству молочной продукции можно выделить в 2014 году Красноярский край -16%, Новосибирскую область -15%, Алтайский край -19%, Омскую область - 16%, Иркутскую область -13%, Томскую область 4%, Кемеровскую область -13% и другие -4% (рисунок 2.3).

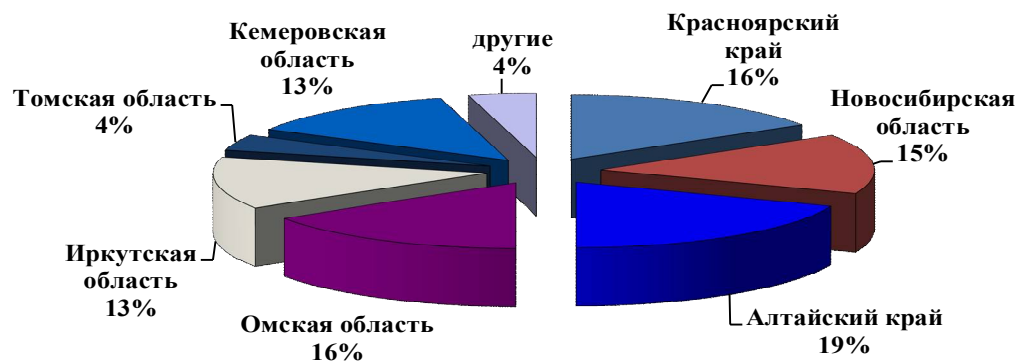


Рисунок 2.3 - Региональная структура производства молочной продукции в СФО в 2015 году, %

Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата	

Из рисунка 2.3 видно, что 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%;

Из рисунков 2.1 - 2.3 видно, что региональная структура производства по годам 2013 – 2015г.г. имеет свои изменения. В 2013 году лидером производства молочной продукции был Алтайский край 20%; но уже в 2014 году он ушел на второй план и составил Алтайский край 18%. Лидером в 2013 году стал Красноярский край 19%; в 2014 Алтайский край становится лидером 19%; а Красноярский край составил 16%;

Рассматривая Кемеровскую область, то в 2013 году она была на 4 месте и составляла 13% , как и Новосибирская область. В 2013 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 2013-2015 годы

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

Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата	

требованиями. Кроме того обычно цельное молоко гомогенизируется, что лишает его особого вкуса парного молока, превращая в понятный и знакомый нам продукт. Отличительной особенностью СФО является высокий фактор сезонности при производстве молока. Среднероссийский коэффициент сезонности, т.е. соотношение объемов летнего и зимнего молока, составляет 1,54, в СФО он равен 1,71. Структура производства цельномолочной продукции предприятиями Кемеровской области 2013 год (рисунок 2.4).

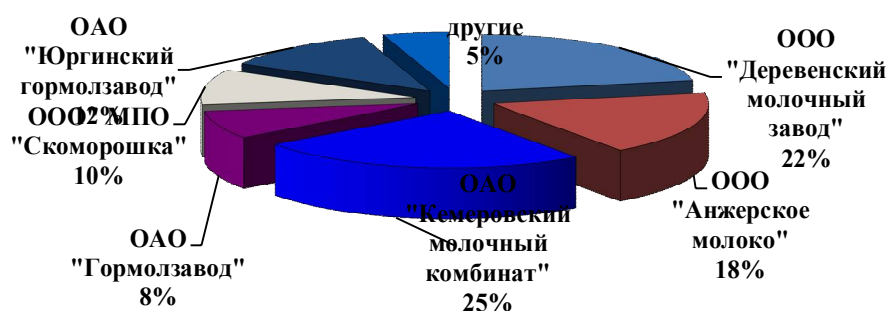


Рисунок 2.4 - Структура производства цельномолочной продукции предприятиями Кемеровской области в 2013год, %

Из рисунка 2.4 видно, что лидер продукции занимают ОАО «Кемеровский молочный комбинат» - 25%, ООО «Деревенский молочный завод» - 22% и ООО «Анжерское молоко» - 18%.

Структура производства цельномолочной продукции предприятиями Кемеровской области 2014 год (рисунок 2.5).

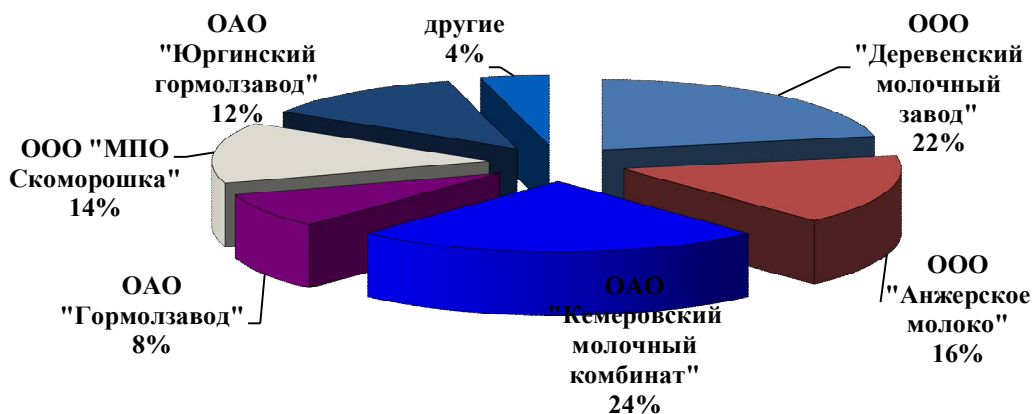


Рисунок 2.5 - Структура производства цельномолочной продукции

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

предприятиями Кемеровской области в 2014 году, %

Из рисунка 2.5 видно, что лидерами являются ОАО «Кемеровский молочный комбинат» - (24%), ООО «Деревенский молочный завод» - (22%) и ООО «Анжерское молоко».

Структура производства цельномолочной продукции предприятиями Кемеровской области 2015 год (рисунок 2.6).

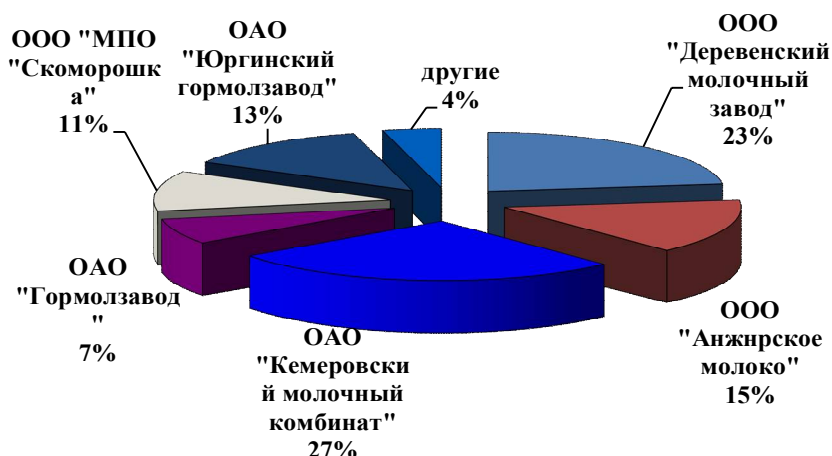


Рисунок 2.6 - Структура производства цельномолочной продукции предприятиями Кемеровской области в 2015 году, %

Из рисунка 2.6 видно, что лидерами продукции на 2015 год являются ОАО «Кемеровский молочный комбинат» - 27%, ООО «Деревенский молочный завод» - 23% и ООО «Анжерское молоко» - 15%.

Из рисунков 2.4-2.6 видно, что структура производства цельномолочной продукции Кемеровской области по годам 2013 – 2015 года лидером производства цельномолочной продукции за все три года является – ОАО «Кемеровский молочный комбинат», ООО «Деревенский молочный завод» - занимает второе место, и третье место занимает ООО «Анжерское молоко».

ОАО «Юргинский гормолзавод наращивает свое производство в 2013 году составило 12% от общей структуры продукции по Кемеровской области. В 2014 составила так же 12 % и в 2015 году составило 13%. ООО «МПО «Скоморошка» не

Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата	

устойчиво себя ведет в 2013 году производство цельномолочной продукции составило 10%, когда в 2014 году производство выросло на 14%. Но в 2013 году опять сократилось производство цельномолочной продукции и составило 11% от всей структуры по Кемеровской области. [28]

2.2.2 Рынок кисломолочной продукции г.Кемерово, Кемеровской области за 2013 – 2015 годы

Явным лидером на рынке кисломолочной продукции является кефир – традиционный продукт для российского потребителя. Его покупают 80% опрошенных, “Снежок” покупают 5%, варенец – 2%, ряженку – 3%. Интересно обратить внимание на бифидокефир, который является относительно новым и дорогим продуктом. Но его потребление составляет 10% опрошенных. Это показывает на то, что потребители обращают внимание на свое здоровье и согласны платить за него высокую цену. Структура кисломолочной промышленности области за 2013год (рисунок 2.7).

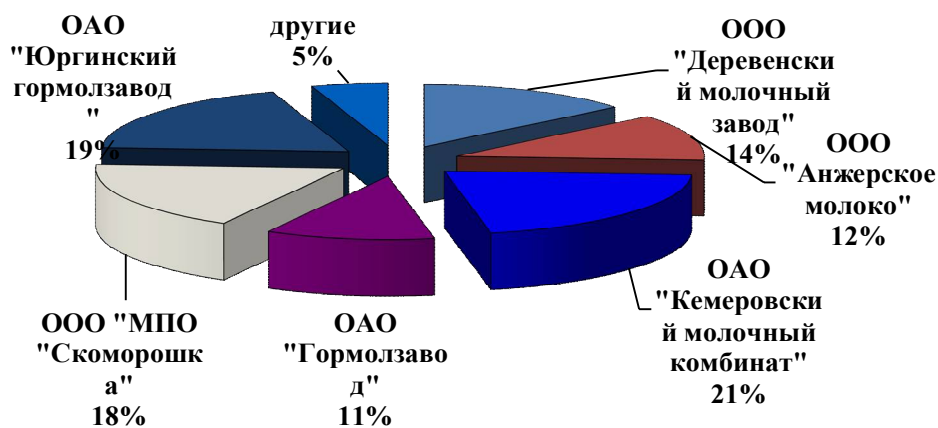


Рисунок 2.7 - Структура кисломолочной промышленности области за 2013 год, %

Среди производителей кисломолочной продукции лидером является: 1. ОАО

Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата

«Кемеровский молочный комбинат» - 21%; 2. ОАО «Юргинский ГМЗ» - 19%; 3. ООО «МПО «Скоморошка» - 18%. Доля неизвестного производителя - 5% - указывает на то, что не все покупатели обращают внимание на фирму-производителя.

За 2014 год на рынке кисломолочной продукции каждый из продуктов занимает определенное место (рисунок 2.8).

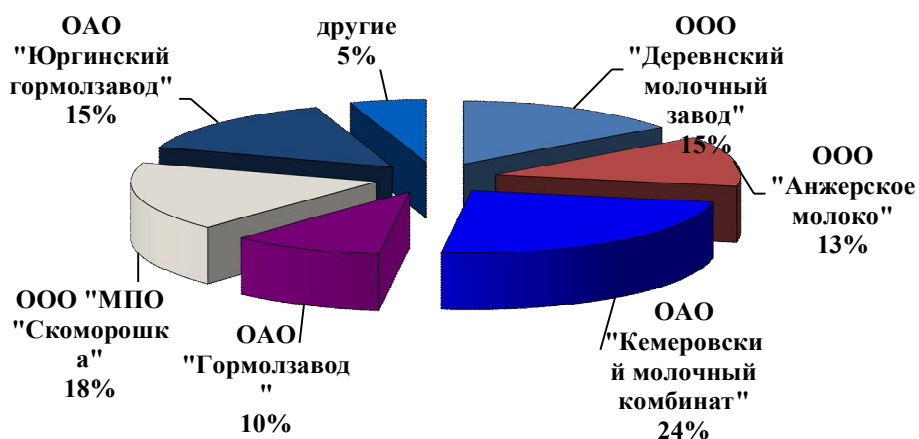


Рисунок 2.8 – Структура кисломолочной промышленности области за 2014 год, %

Среди производителей кисломолочной продукции лидером являются: 1. ОАО «Кемеровский молочный комбинат» - 24%; 2. ООО «МПО «Скоморошка» - 18%; 3. ОАО «Юргинский гормолзавод» - 15%; 4. ООО «Деревенский молочный завод» - 15%.

За 2015 год на рынке кисломолочной продукции каждый из продуктов занимает определенное место (рисунок 2.9).

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

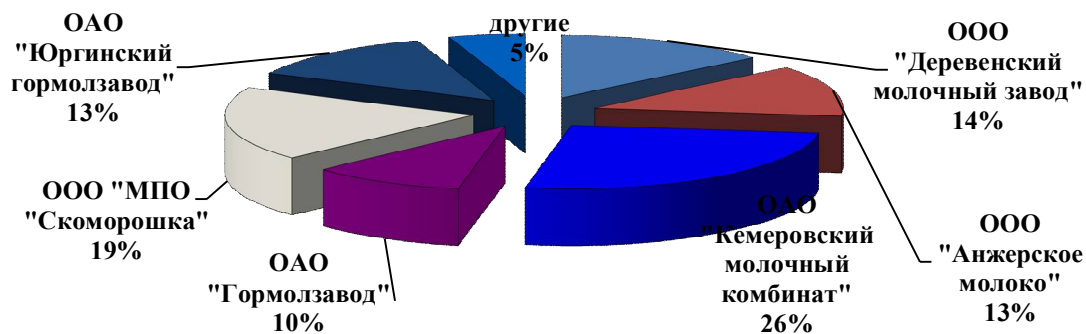


Рисунок 2.9 – Структура кисломолочной промышленности области за 2015 год, %

Среди производителей кисломолочной продукции лидером является: 1. ОАО «Кемеровский молочный комбинат» - 26%; 2. ООО «МПО «Скоморошка» - 19%; 3. ООО «Деревенский молочный завод» - 14%.

Рисунки 2.7-2.9 показывают структуру кисломолочной промышленности по 2013 – 2015 годам. Лидером в 2013 году является – ОАО «Кемеровский молочный комбинат» и его доля от общего рынка составляет 21%, в 2014 году ОАО «Кемеровский молочный комбинат» так же занимает лидирующую позицию, но доля от общего объема рынка составляет уже 24%, в 2015 году лидером так же остается ОАО «Кемеровский молочный комбинат» доля рынка составляет 26%. На втором месте в 2013 году – ОАО «Юргинский гормолзавод» его доля от общего рынка занимает 19%, а в 2014 году на втором месте – ООО «МПО «Скоморошка» - 18% так же и в 2015 ООО «МПО «Скоморошка» остается на втором месте и составляет 19% от общего рынка кисломолочной продукции. На третьем месте в 2013 году идет ООО «МПО «Скоморошка» - 18%, но в 2014 году на третьем месте становится – ОАО «Юргинский гормолзавод» и ООО «Деревенский молочный завод» они разделили 3 место так как 15% от общего объема рынка кисломолочной продукции занимают эти два завода, но уже в 2015 году третье место занимает ООО «Деревенский молочный завод» - 14%. [28]

Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата	

2.2.3 Структура рынка нежирной молочной продукции г.Кемерово, Кемеровской области за 2013 – 2015 годы

Нежирная молочная продукция - это обезжиренное молоко (как готовый продукт, а не как вторичное сырье, направляемое на выпойку скота).

Продукция, произведенная из него: пастеризованное обезжиренное молоко, сыр, творог, творожные сырки, творожная масса, кисломолочные напитки.

Основным производителем нежирной молочной продукции в Кемеровской области является ООО «МПО «Скоморошка», продукция на 2015 год, которая составляет 48% совокупного объема производства.

Также, производство нежирной продукции ведется в ООО «Анжерское молоко» и ОАО «Кемеровский молочный комбинат». [29]

Структура нежирной молочной продукции за 2013 год (рисунок 2.10).

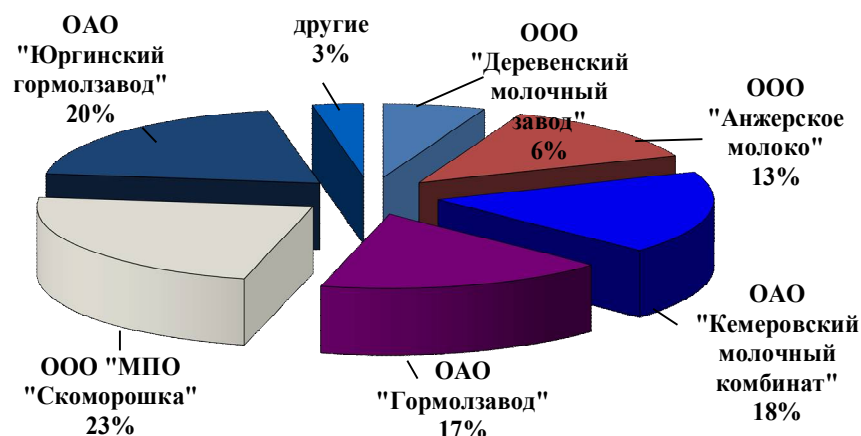


Рисунок 2.10 - Структура производства нежирной молочной продукции предприятиями Кемеровской области за 2013 год, %

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 неизвестный производитель - 3%.

Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата	

Структура нежирной молочной продукции за 2014 год (рисунок 2.11).

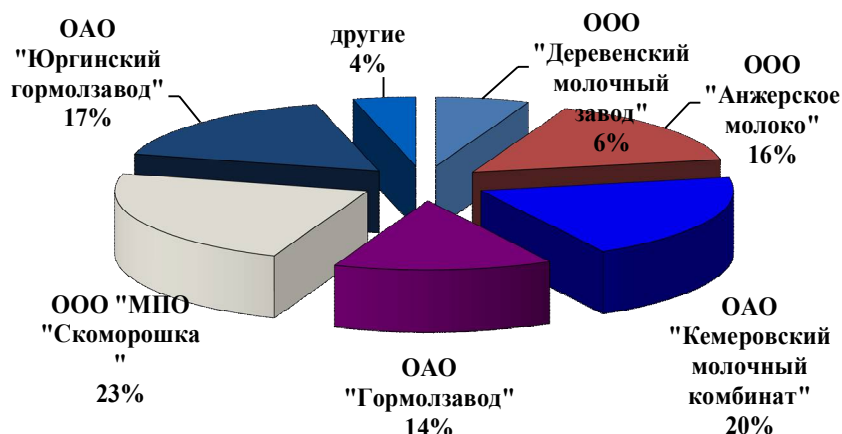


Рисунок 2.11 - Структура производства нежирной молочной продукции предприятиями Кемеровской области за 2014 год, %

Из рисунка 2.11 видно, что в производстве 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%; ООО «Деревенский молочный завод»-6%.

Структура нежирной молочной продукции за 2015 год (рисунок 2.12).

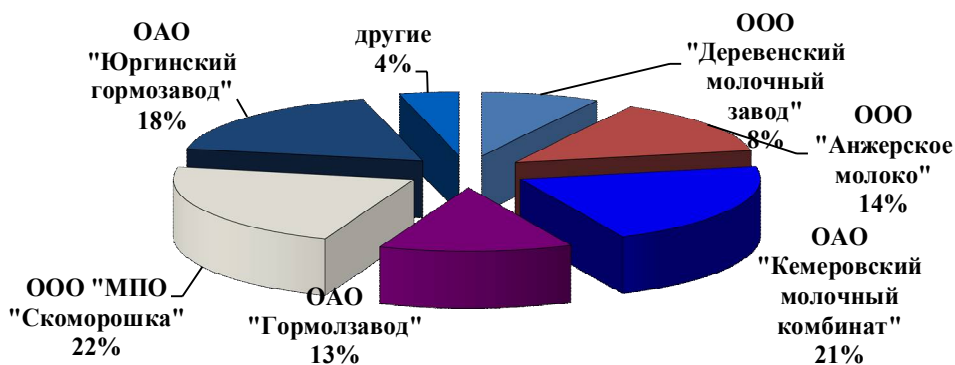


Рисунок 2.12 - Структура производства нежирной молочной продукции предприятиями Кемеровской области за 2015 год, %

Из рисунка 2.12 видно, что в производстве нежирной молочной продукции лидирует ООО «МПО «Скоморошка» - 22%, ОАО «Кемеровский молочный комбинат» - 21%; ОАО «Юргинский гормолзавод» - 18%., ООО «Анжерское

Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата

молоко» - 14%; ОАО «Гормолзавод» - 13%; ООО «Деревенский молочный завод» - 8%; другой производитель - 4%.

Рисунки 2.10 - 2.12 показывают, что лидером в производстве нежирной молочной продукции в 2013 году является ООО «МПО «Скоморошка» - 23%. В 2014- ООО «МПО «Скоморошка» - 23%. В 2014 лидером так же является ООО «МПО «Скоморошка», но доля объема от общего рынка снизилась на 1 % и составила - 22%.

Второе место в производстве нежирной молочной продукции в 2013 году ОАО «Юргинский гормолзавод» - 20%; в 2014 году - ОАО «Кемеровский молочный комбинат» - 20%, и в 2015 году второе место на рынке нежирной молочной продукции является - ОАО «Кемеровский молочный комбинат» - 21%; третье место в 2013 году занимает - ОАО «Кемеровский молочный комбинат» - 18%; в 2014 году - ОАО «Юргинский гормолзавод» - 17%; и в 2015 году на третьем месте по рынку нежирной молочной продукции является - ООО «Деревенский молочный завод» - 18%.

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

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. [29]

Основной мотив потребления молочных десертов – «функциональный»:

Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата	

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 (рисунок 2.13).

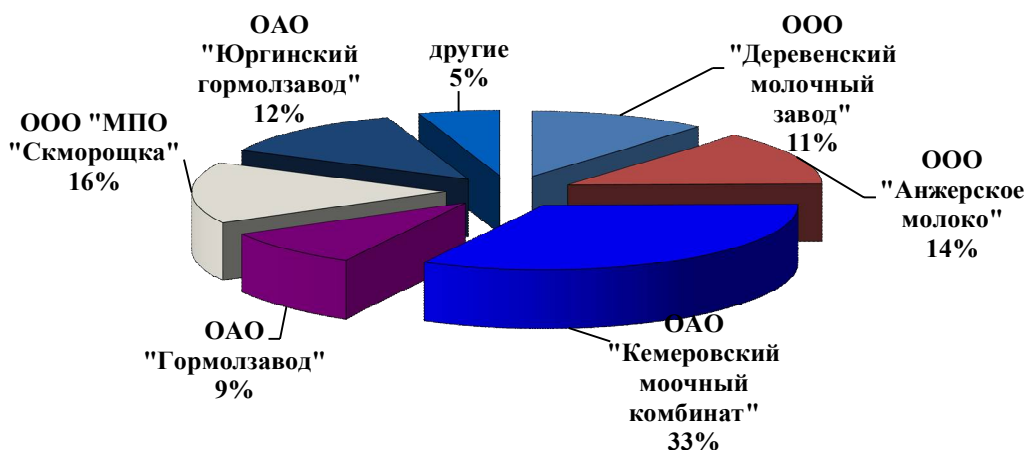


Рисунок 2.13 - Структура производства десертной продукции за 2013 год, %

Из рисунка 2.13 видно, что в молочной структуре производства десертной продукции лидирует ОАО «Кемеровский молочный комбинат» - 32%; следом идет ООО «Анжерское молоко» - 16%; далее ООО «МПО «Скоморошка» - 15%;» ОАО «Юргинский гормолзавод» - 12%; ООО «Деревенский молочный завод» - 11%; и ОАО «Гормолзавод»-9%.

Структура производства десертной продукции за 2014 год (рисунок 2.14).

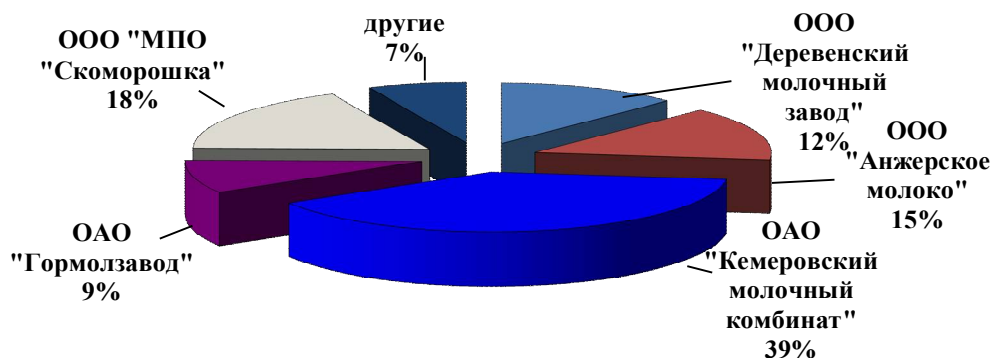


Рисунок 2.14 - Структура производства десертной продукции за 2014 год, %

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

Структура производства десертной продукции за 2015 год (рисунок 2.15).

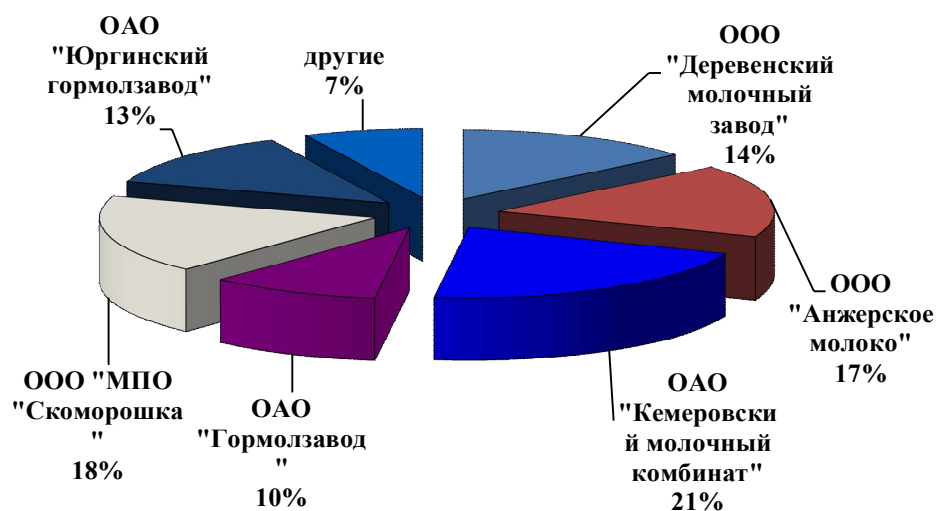


Рисунок 2.15 - Структура производства десертной продукции за 2015 год, %

Из рисунка 2.15 видно, что в молочной структуре производства десертной продукции лидирует ОАО «Кемеровский молочный комбинат» - 21%; следом идет ООО «МПО «Скоморошка» - 18%; далее ООО «Анжерское молоко» - 17%; ООО «Деревенский молочный завод» - 14%; ОАО «Юргинский гормолзавод» - 13%; ОАО «Гормолзавод»-10%;

Рисунки 2.12 - 2.15 показывают, что лидером в десертной продукции в 2013 году является- ОАО «Кемеровский молочный комбинат» - 32% и на протяжении всех трех лет, он держит лидирующую позицию на рынке десертов в 2014 году его доля объема от общего рынка составляет - 35%; а в 2015 году - 21%. Второе место на рынке десертной продукции в 2013 году является - ООО «Анжерское молоко» - 16%; а в 2014 и в 2015 году ООО «МПО «Скоморошка» занимает вторую позицию и составляет 16% от общего объема рынка десертной продукции; третье место на рынке десертной продукции в 2013 году является – ООО «МПО «Скоморошка» - 15%; в 2014 - ООО «Анжерское молоко» и в 2015 году так же ООО «Анжерское молоко» занимает 3 позицию на рынке десертной продукции и составляет 17% от общего рынка десертной продукции по Кемеровской области.

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

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.

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: 1 место занимает ОАО «Кемеровский молочный комбинат» за все три года этот комбинат лидирует во всех направлениях молочной продукции (цельномолочной, кисломолочной, нежирной и десертной продукции), немного отстают ОАО «Юргинский гормолзавод»; ООО «Анжерское молоко» и ООО «МПО «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.

Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата	

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, 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. [16]

Производство цельномолочной продукции (в пересчете на молоко) в 2015 г. достигнет 250 тыс. тонн, что превысит уровень 2014г. на 7%. За 5 лет производство цельномолочной продукции увеличилось в 1,5 раза. В сутки молокозаводы способны вырабатывать до 665 тонн цельномолочной продукции, до 8,3 тонн масла. [4]

Ассортимент молочной продукции, предлагаемый предприятиями, весьма широк и включает не 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 увеличение объемов переработки и расширение ассортимента молочной продукции вносят: ОАО «Кемеровский молочный

Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата	

комбинат»

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.

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 том числе 48 наименований продукции.

В настоящее время 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 появляется новая продукция постоянно, к примеру, на рынок вышел новый продукт «биомороженое». Раньше его трудно было встретить на прилавках – ни отечественного, ни импортного производства. Биомороженое отличается выраженными лечебно - профилактическими свойствами при отсутствии каких-либо ограничений и побочных эффектов. На предприятии производятся витаминизированное и десертное молока, 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

Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата	

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. [8]

2.ООО «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). [22]

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

Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата	

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

3. ООО «Анжерское молоко» - одно из старейших предприятий молочной промышленности Кузбасса. Продукция молзавода всегда славилась отменным

Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата	

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 80 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 80 наименований молочной продукции на 2-х производственных площадках в городах.

В начале 2013 года была установлена современная линия по производству творога с последующей герметичной упаковкой продукта. Благодаря новому оборудованию улучшится качество продукции и увеличатся сроки реализации творога. В дальнейших планах предприятия реконструкция отделения приема молока и маслоцеха.

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

Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата	

(производство);

- Сметана и жидкие сливки (производство);
- Творог и сырково- творожные изделия (производство);
- Молоко жидкое обработанное (производство);
- Кисломолочная продукция. [19]

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.
КИСЛОМОЛОЧНАЯ 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
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 обезжиренный, 0,25 кг.
23	Творог, контейнер, 9%, 0,25 кг
24	Творожная масса п/эт. мешок 16,5%, 1 кг.
25	Творожная масса н/ж, 1 кг.
26	Сырок творожный, флоупак, 16,5%, 0,1 кг
27	Сыр адыгейский, весовой, 18%.

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

Продолжение таблицы 2.3

1	2
28	Йогурт, яблоко обогащенное витамином С, 2,5%, 0,5 кг.
29	Варенец, обогащенный лактулозой, 2,5%, 0,5кг.
МАСЛО	
30	Масло ГОСТ, фольга, 72,5%, 0,18 кг.
31	Масло ГОСТ, контейнер, 72,5%, 0,4 кг, 0,9 кг.
32	Масло шоколадное ГОСТ, контейнер/фольга 0,2 кг и 0,4 кг.
33	Маслище, контейнер, 0,4 кг.

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. [20]

5. ОАО «Гормолзавод», г. Киселёвск

ОАО «Гормолзавод», г.Киселевск – был основан 24 октября 2002 года. Полное официальное наименование – ОТКРЫТОЕ АКЦИОНЕРНОЕ ОБЩЕСТВО ГОРМОЛЗАВОД. Сегодня продукция Киселёвского «Гормолзавод» в особых

Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата	

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 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 технологии, 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:

Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата		

- 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;
- 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 ОАО «Гормолзавод»

№	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, 1 л.
КИСЛОМОЛОЧНАЯ ПРОДУКЦИЯ	
7	Кефир, 2,5%, 0,5 л. 1 л.
8	Снежок, пюрпак/ плёнка 2,5 %, 0,5 л.
9	Ряженка, пюрпак, 2,5 %, 0,5 л.
10	Бифидокефир, 2,5 %, 0,5 л.
11	Йогурт, 2,5 %, 0,5 л.
12	Сметана, 10 %, 15%, 20%, 0,2 л. и 0,4 л.
13	Творог, весовой, 5%.
14	Творог, фольга, 5%, 0,25 кг.
15	Сыр адыгейский, вакуумная упаковка, 45%.
МАСЛО	
16	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 70 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 70 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 никаких 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 «Экспо - Сибирь» 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;

Ассортимент молочной продукции обозначен следующими позициями:

- Молоко;
- Йогурт;
- Кефир;
- Ряженка;
- Напиток кисломолочный «Снежинка»;
- Сметана;
- Творог;
- Сыворотка;
- Масло сливочное;
- Сливки;
- Бифидок. [25], [27]

Продукция ОАО «Юргинский гормолзавод» представлена в таблице 2.5.

Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата	

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.
11	Сметана, 30%, 0,2 кг.
12	Творог весовой, 18%, кг
13	Творог. фас, 18%, 0,45 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.

Ассортимент продукции ОАО «Юргинский гормолзавод» имеет 21 наименование.

2.5 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 на 3,1 , цены на молочные продукты увеличились на 3,8 раз. Динамика цен на молоко и

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

кисломолочную продукцию на кемеровском рынке в 2005-2014год, руб. за кг., (рисунок 2.16).

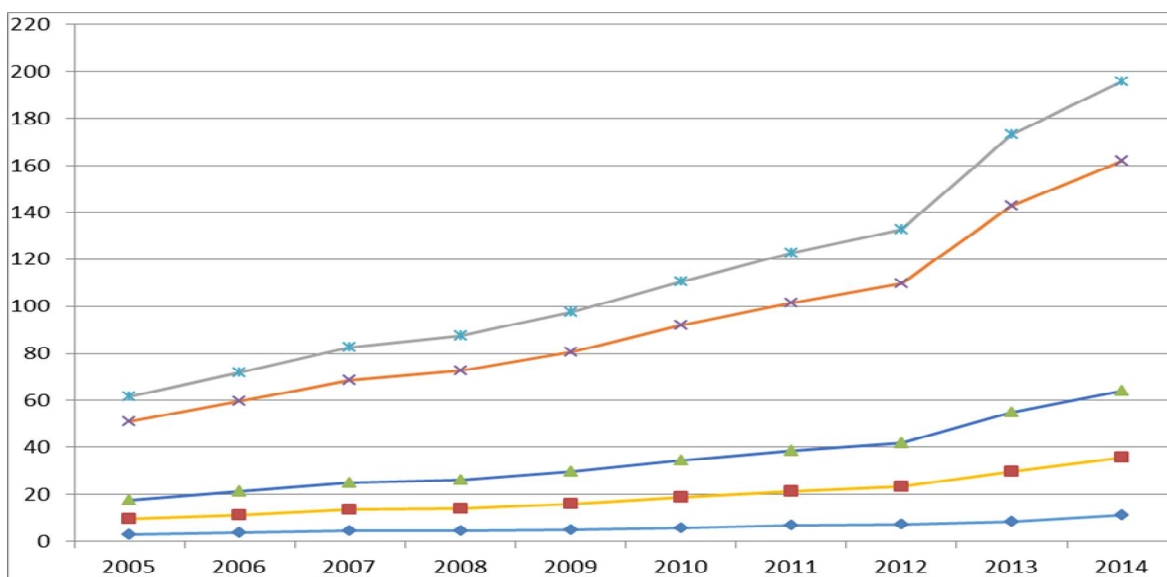


Рисунок 2.16 - Динамика цен на молоко и кисломолочную продукцию на кемеровском рынке в 2005-2014год, руб. за кг.

Из рисунка 2.16 видно, что высокая стоимость молочной продукции стала динамично развиваться в период с 2014 – 2015 года. Основной причиной , является сокращение производства ряда молочных продуктов, так же причиной повышения цен является рост курса валют, и сокращение производства. Так же кисломолочные продукты, рост ценовой политики наблюдается с 2014 – 2015 год, но изменение цен идет не с сильной динамикой, более стабильно, чем на молочную продукцию.

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

3.1 Основные экономические показатели предприятий – производителей Кемеровской области

В молочной отрасли основной тенденцией является переход предприятий – производителей региона на увеличение производства высокотехнологичных продуктов в соответствии с современными технологиями. Наиболее крупные представители в этой отрасли: ОАО «Кемеровский молочный комбинат», ОАО «Юргинский гормолзавод», ОАО «Деревенский молочный завод», ООО «МПО «Скоморошка», ООО «Анжеро-Судженский молочный завод», ОАО «Гормолзавод». Основные экономические показатели представлены в таблице 3.1. [28]

Таблица 3.1 – Основные экономические показатели предприятий– производителей г. Кемерово, Кемеровской области

Годы	Выручка, тыс. руб.	Чистая прибыль, тыс.руб.
1	2	3
ОАО «Кемеровский молочный комбинат»		
2013	2915646	158672
2014	3148419	- 45068
2015	3514037	50267
ООО «МПО «Скоморошка»		
2013	64465	- 5646
2014	34915	- 24416
2015	40947	- 2760
ООО «Деревенский молочный завод»		
2013	756757	268
2014	804878	174
2015	931353	245

Продолжение таблицы 3.1

1	2	3
ООО «Анжерское молоко»		
2013	983457	34723
2014	1377547	16589
2015	1642826	3843
ОАО «Юргинский гормолзавод»		
2013	276939	141
2014	271038	9733
2015	308355	- 4480

Анализируя таблицу 3.1 видно, что из экономических показателей предприятий – производителей молочной продукции лидирует ОАО «Кемеровский молочный комбинат». Согласно материалам кампании за 2013 год чистая прибыль выросла до 158,67 млн., руб. Себестоимость продукции за отчетный период составила 2,53 млрд., руб.

Чистый убыток ОАО «КМК» за 2014 год составил 45,07 млн., руб. против прибыли в 158,67 млн.руб. годом ранее. Объем продаж компании за отчетный период увеличился на 7,98% до 3,15млрд., руб. с 2,92 млрд., руб. за аналогичный период прошлого года. Убыток до налогообложения компании «КМК» за 2014 год составил 55,42 млн., руб. против прибыли 198, 71 млн.руб. годом ранее.

По итогам за 2015 год увеличило продажи на 11,61% до 3,51 млрд., руб. с 3,15 млрд., руб. за аналогичный период прошлого года. Чистая прибыль компании АО «КМК» за 2014 год достигла 50,27 млн.руб. по сравнению с убытком в 45,07 млн.руб. годом ранее. Себестоимость продукции за 20145 год повысилась на 7,31 % до 3,34 млрд., руб.

ООО «Анжерское молоко»

За 2014 год получило чистую прибыль в 16,59 млн.руб., что в 2,09 раза меньше показателя за аналогичный период прошлого года. Объем продаж компании увеличился на 40,07% до 1,38 млрд. руб.

Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата	

Объём продаж повысился на 19,26% до 1,64 млрд. руб. с 1,38 млрд. руб., годом ранее. Себестоимость продукции за отчётный период составила 1,44 млрд. руб. Прибыль до налогообложения общества за 2014 год снизилась до 6,17 млн. руб., с 21 ,36 млн. руб., годом ранее.

Завершило 2015 год с чистой прибылью в 3,84 млн. руб., что в 4,32 раза меньше показателя прибыли годом ранее – 16,59 млн. руб. [19]

ООО «МПО «Скоморошка»

Чистый убыток ООО «МПО «Скоморошка» за 2013 год составил 5,65 млн.руб. против прибыли в 13,77 млн.руб. годом ранее. Убыток от продаж компании за 2013 год составил 6,76 млн.руб. против прибыли в 4,44 млн.руб. годом ранее.

По итогам за 2014 год сократило продажи на 45,84% до 34,92 млн.руб. с 64,47 млн.руб. за аналогичный период прошлого года. Чистый убыток компании за 2013 год вырос в 4,32 раза до 24,42 млн.руб. с 5,65 млн.руб. за аналогичный период предыдущего года.

Чистый убыток ООО "МПО "Скоморошка" за 2015 год снизился в 8,85 раза до 2,76 млн.руб. с 24,42 млн.руб. за аналогичный период прошлого года. Продажи компании повысились на 17,28% до 40,95 млн.руб. Убыток от продаж компании за 2015 год повысился в 19,38 раза до 1,42 млн. руб. с 27,56 млн.руб. за аналогичный период прошлого года. [22]

ООО «Деревенский молочный завод»

Чистая прибыль в 2013 году составило 268,00 тыс.руб., что в 2,34 раза меньше показателя прибыли годом ранее – 627,00 тыс.руб.

Коммерческие расходы повысились на 3,61% до 14,23 млн.руб., с 14,77 млн.руб. годом ранее. Компания за 2013 год получила прибыль от продаж в 18,84 млн.руб., что в 1,6 раза выше показателя за аналогичный период прошлого года.

Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата	

За 2014 год получило чистую прибыль в 174,00 тыс.руб., что на 35,07% меньше показателя за аналогичный период прошлого года. Компания по итогам за 2014 год увеличила объем продаж на 6,36 до 804,88 млн.руб. с 756,76 млн.руб. за аналогичный период прошлого года. Коммерческие расходы выросли на 12,46%, до 16,01 млн.руб. Компания задекларировала рост прибыли от продаж за 2014 в 2,55 раза до 48,05 млн.руб с 18,84 млн.руб годом ранее. Чистая прибыль ООО «Деревенский молочный завод» за 2014 год увеличилась на 40,8% до 245,00 тыс.руб. с 174,00 тыс. руб. за аналогичный период прошлого года.

Анализ товарной политики предприятий – производителей г. Кемерово, Кемеровской области представлен в таблице 3.2. [20]

Таблица 3.2 – Анализ товарной политики предприятий – производителей молочной продукции г. Кемерово, Кемеровской области

	ОАО «Кемеровский молочный комбинат»	ОАО «Анжерское молоко»	ОАО «Деревенский молочный завод»	ОАО «Юргинский горьмолозавод»
1	2	3	4	5
1. АССОРТИМЕНТ МОЛОЧНОЙ ПРОДУКЦИИ, (наименование)				
2013	290	60	54	46
2014	300	68	65	58
2015	320	87	84	74
2. ОБЪЁМ ПРОИЗВОДСТВА МОЛОЧНОЙ ПРОДУКЦИИ (тыс. тонн)				
2013	81	63	58	52
2014	88	66	60	58
2015	За первый квартал 22,5	70	62	63
3. УЧАСТИЕ В ВЫСТАВКАХ				
2013	Всероссийский смотр-конкурс «Молочные продукты-2013» молочный комбинат награжден дипломом и золотой медалью	Не участвовали	Не участвовали	Межрегиональный конкурс «Лучшие товары и услуги Сибири - Гемма»- золотая медаль и статуэтка за сметану массовой доей жира 15% и 30%.

Продолжение таблицы 3.2

1	2	3	4	5
	в номинации: «За лучшую молочную продукцию»			
2014	Золотая медаль и гран-при в конкурсе «Молочная промышленность Сибири». Агропромышленная выставка «Золотая осень 2014»- 2 золотые медали.	Всероссийский конкурс «100 лучших товаров России», на межрегиональном конкурсе «Лучшие товары и услуги Сибири - ГЕММА» отметились золотыми медалями, грамотами и дипломами.	Агропромышленная выставка «Золотая осень 2014» 4 золотые медали. За натуральность и высокое качество йогуртов (в ассортименте), выпускаемых на этом предприятии.	Международная выставка – ярмарка «Экспо - Сибирь» Серебряные медали за «Сметану с минимальной долей жирности 10% и Ряженку». награждён золотой медалью за «Молоко питьевое 2,5% жирности».
2015	Не участвовали	Агропромышленная выставка - ярмарка «Золотая осень - 2015» в Москве «Экспо-Сибирь» золотая медаль	Не участвовали	Не участвовали

4.СРОК ХРАНЕНИЯ МОЛОЧНОЙ ПРОДУКЦИИ (сутки, часы)

Молоко	Пастеризованное- 5 суток Стерилизованное- 7 суток	Пастеризованное-3 суток; Стерилизованное- 10 суток	Пастеризованное-5 суток; Стерилизованное-7 суток.	Пастеризованное -5 суток; Стерилизованное - суток.
Сметана	7 суток, весовая -72 часа	7 суток, весовая 72 часа.	5 суток, весовая 72 часа.	5 суток, весовая – 72 часа
Сливки	72 часа	-	72 часа	72 часа
Творог	фасованный – 72 часа, весовой – 36 часов.	фасованный – 72 часа, весовой – 36 часов.	фасованный – 72 часа, весовой – 36 часов.	фасованный – 72 часа, весовой – 36 часов.

Продолжение таблицы 3.2

1	2	3	4	5
5. РАЗМЕР ПРИБЫЛИ (МЛН. РУБ.)				
2013	158672	34723	268	141
2014	- 45068	16589	174	9733
2015	50267	3843	245	-4480

Вывод: Рассматривая таблицу 3.2 видно, что по ассортименту молочной продукции больше всех наименований представлено у предприятия ОАО «Кемеровский молочный комбинат», увеличивая их с каждым годом. Это можно сказать и про следующие предприятия ООО «Анжерское молоко», ООО «Деревенский молочный завод» и ОАО «Юргинский гормолзавод».

По объёмам можно сказать, что наибольшее количество производимых молочных продуктов города Кемерово и Кемеровской области является ОАО «Кемеровский молочный комбинат», производя более 88 тысяч тонн молочной продукции в год.

С 9 по 12 октября 2014 года в Москве на территории Международного Всероссийского выставочного центра состоялась 15 агропромышленная выставка-ярмарка «Золотая осень 2014», на которой предприятия агропрома Кузбасса завоевали 16 золотых, 13 серебряных медалей. Ряд предприятий области был отмечен благодарностями за высокое качество продукции.

Порадовало четырьмя золотыми медалями ООО Деревенский молочный завод». Дегустационная комиссия отметила натуральность и высокое качество йогуртов (в ассортименте), выпускаемых на этом предприятии.

- 1.Золотая медаль « За йогурт фруктовый «Персик»;
- 2.Золотая медаль «За йогурт фруктовый «Клубника»;
- 3.Золотая медаль « За йогурт фруктовый «Вишня»;
- 4.Золотая медаль « За йогурт фруктовый «Абрикос».

Срок хранения молока у всех производителей разный, например, минимальный срок хранения пастеризованного молока 3 суток, а стерилизованного 10 суток – ООО «Анжерское молоко». Самым максимальным сроком хранения пастеризованного молока 5 суток, а стерилизованного 10 суток – ОАО

Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата	

«Кемеровский молочный комбинат», ООО «Деревенский молочный завод», ОАО «Юргинский гормолзавод».

3.2 Ассортиментное изменение молочной продукции предприятий – производителей г. Кемерово, Кемеровской области

Изменение ассортимента молочной продукции ОАО «Кемеровский молочный комбинат» представлено в таблице 3.3.

Таблица 3.3 – ОАО «Кемеровский молочный комбинат»

Год	Цельномолочная продукция	Кисломолочная продукция	Десерты	Творог
1	2	3	4	5
2013	Пастеризованное молоко; Полуобезжиренное молоко.(2,5%); Стерилизованное молоко; Сухое цельное молоко.	Кефир (2,5%); Ряженка (2,5%); Закваска (2,5%) («классический», «отруби-злаки»); Варенец (2,5%); Сметана (10%,15%, 20%); Напиток кисломолочный «Снежок»	Питьевой йогурт. Йогурты в стаканчиках (100 гр., 450 гр.) Творожная масса с изюмом (8%)	Творог весовой; Творог 2 %, 5%;
2014	Пастеризованное молоко; Полуобезжиренное молоко (2,5%); Обезжиренное молоко (1%); Стерилизованное молоко; Сухое цельное молоко.	Кефир (2,5%); Кефир (1%) Ряженка (2,5%); Закваска (2,5%), («классический», «отруби-злаки»); Напиток кисломолочный «Снежок» Закваска 2,5%,(«клубника»).	Питьевой йогурт. Йогурты в стаканчиках (100 гр., 450 гр.); Творожная масса с изюмом (8%); Йогурт «Для всей Семьи» «Черничный », (2,5%).	Творог весовой; Творог 2 %, 5%, 9%, обезжиренный творог.

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

Продолжение таблицы 3.3

1	2	3	4	5
2015	Пастеризованное молоко; Полуобезжиренное молоко (2,5%); Обезжиренное молоко (1%); Стерилизованное молоко;	Кефир (2,5%); Кефир (1%) Ряженка (2,5%); Закваска (2,5%), («классический», «отруби-злаки»); Варенец (2,5%); Сметана (10%,15%, 20%, 25%, 35%); Закваска (2,5%), («клубника») Закваска (2,5%), («садовые ягоды»).	Питьевой йогурт. Йогурты в стаканчиках (100 гр., 450 гр.). Йогурт «Для всей Семьи» «Черничный, (2,5%); Белый йогурт.	Творог весомой; Творог 2 %, 5%, 9%, обезжиренный творог.

Из таблицы 3.3 следует, что ассортимент цельномолочной продукции ОАО «Кемеровский молочный комбинат», в 2014 году обновился за счёт производства и обезжиренного молока.

В 2014 году, в ассортименте кисломолочной продукции ОАО «КМК» появился новый продукт «Закваска» - «отруби и злаки», способствующий хорошему пищеварению и насыщенными витаминами, а уже в 2014 году появляется новый вкус «Садовые ягоды».

Ассортиментный ряд десертной продукции в 2014 году пополняет йогурт «Для всей Семьи» - «Черничный» (2,5%), а в 2015 году предприятие начало производство нового продукта «Классический йогурт».

В производстве творога в 2014 году появляется обезжиренный творог, с минимальной долей жира 0%.

Изменение ассортимента молочной продукции ООО «МПО «Скоморошка» представлено в таблице 3.4.

Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата

Таблица 3.4 – Ассортимент продукции ООО «МПО «Скоморошка»

Год	Цельномолочная продукция	Кисломолочная продукция	Десерты	Творог
1	2	3	4	5
2013	Стерилизованное молоко; Полуобезжиренное молоко (2,5%); Обезжиренное молоко (1%); Сухое цельное молоко.	Кефир (2,5% - 1 кг); Сметана (10%, 15%, 20% - 0,5 кг). Сливки (10%); Ряженка (2,5%, 1 кг.) Снежок (2,5%).	Йогурт фруктовый; Питьевой йогурт. Творожная масса с изюмом (8%).	Творог (5%, 1 кг.) Творог (5 %, 0, 4 кг.)
2014	Стерилизованное молоко; Полуобезжиренное молоко (2,5%). Обезжиренное молоко (1%); Пастеризованное молоко.	Кефир (2,5% - 1 кг); Кефир (2,5%, 0,5 кг.) Бифидокефир (2,5%, 1 кг.) Сметана (10%, 15%, 20% - 0,5 кг). Сливки (10%); Ряженка (2,5%, 1 кг.) Ряженка (2,5%, 0,5 кг.) Снежок (2,5%).	Йогурт фруктовый; Питьевой йогурт. Творожная масса с изюмом (8%); Творожная масса с фруктовыми добавками (8%)	Творог (5%, 1 кг.); Творог (5 %, 0,4 кг.); Творог (5%, 0,25%); Обезжиренный творог.
2015	Стерилизованное молоко; Полуобезжиренное молоко (2,5%); Пастеризованное молоко; Сухое цельное молоко; Обезжиренное молоко (1%).	Кефир (2,5% - 1 кг); Кефир (2,5%, 0,5 кг.); Бифидокефир (2,5%, 1 кг.); Сметана (10%, 15%, 20% - 0,5 кг); Сливки (10%); Ряженка (2,5%, 1 кг.); Ряженка (2,5%, 0,5 кг.); Снежок (2,5%).	Йогурт фруктовый; Питьевой йогурт; Творожная масса с изюмом (8%); Творожная масса с фруктовыми добавками (8%); Сырок глазированный (22%).	Творог (5%, 1 кг.) Творог (5 %, 0,4 кг.); Творог (5%, 0,25%); Обезжиренный творог.

Из таблицы 3.4 следует, что ассортимент цельномолочной продукции ООО «МПО «Скоморошка» в 2013 году обновился за счет производства пастеризованного молока.

В 2014 году, в ассортименте кисломолочной продукции, появился новый продукт - «Бифидокефир», отличающийся особыми вкусовыми качествами, насыщенными витаминами и бактериями полезные для здоровья человека.

Ассортимент десертной продукции в 2014 году обновляется за счет творожной массы с фруктовыми добавками, а в 2015 году в магазинах города Кемерово и Кемеровской области, можно увидеть глазированные сырки в шоколадной глазури и с фруктовыми начинками.

В производстве творога в 2014 году появляется обезжиренный творог, с минимальной долей жира 0%.

Изменение ассортимента молочной продукции ООО «Анжерское молоко» представлено в таблице 3.5.

Таблица 3.5 – Ассортимент продукции ООО «Анжерское молоко»

Год	Цельномолочная продукция	Кисломолочная продукция	Десерты	Творог
1	2	3	4	5
2013	Стерилизованное молоко; Пастеризованное молоко; Полуобезжиренное молоко; Сухое цельное молоко;	Сметана (10%, 15% - 0,2 кг., 0,4 кг., 0,5 кг.). Кефир (2,5%, 1 л.); Ряженка (2,5%); Варенец (2,5%). Напиток кисломолочный «Снежок» (2,5%);	Йогурт питьевой (2,5%, 0,5 кг.); Творожная масса низкой жирности (1 кг); Сырок творожный (16,5%).	Творог (5 %); Творог(9%); Обезжиренный творог.
2014	Полуобезжиренное молоко; Сухое цельное молоко; Обезжиренное молоко.	Кефир (2,5%, 1 л.). Ряженка (2,5%); Варенец (2,5%);	Йогурт питьевой (2,5%, 0,5 кг.); Творожная масса низкой	Творог (5 %); Творог(9%); Обезжиренный творог.

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

Продолжение таблицы 3.5

1	2	3	4	5
		Напиток кисломолочный «Снежок» (2,5%); Ряженка (2,5%); Варенец (2,5%). Снежок (2,5%), Ацидолакт.	жирности (1 кг); Сырок творожный (16,5%); Варенец, обогащенный лактулозой (2,5%)	
2015	Стерилизованное молоко; Полуобезжиренное молоко; Сухое цельное молоко; Обезжиренное молоко; Молоко, обогащенное витамином С (1л);	Сметана (10%, 15% - 0,2 кг., 0,4 кг., 0,5 кг.). Кефир (2,5%, 1 л.). Ряженка (2,5%); Варенец (2,5%). Снежок (2,5%), Ацидолакт. Варенец, обогащенный лактулозой (2,5%);	Йогурт питьевой (2,5%, 0,5 кг.); Творожная масса низкой жирности (1 кг); Йогурт, обогащенный лактулозой (2,5%); Сырок творожный (16,5%);	Творог (5 %); Творог(9%); Творог обезжиренный

Из таблицы 3.5 видно, что, ассортимент цельномолочной продукции ООО «Анжерское молоко», в 2014 году обновился, за счет производства обезжиренного молока, а в 2015 год предприятие начало производство молока, обогащенного йодированным белком и обогащенное витамином С.

Ассортиментный ряд 2014 году кисломолочной продукции обновляется за счет производства нового продукта «Ацидолакт», способствующий нормализовать деятельность желудочно-кишечного тракта и восстанавливают нормальную микрофлору кишечника, а также за счет производства продукта «Варенец», обогащенный лактулозой, способствующий активизации жизнедеятельности бифидобактерий и подавление вредных бактерий в организме

Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата

человека.

Ассортиментный ряд десертной продукции в 2015 году обновляется за счет производства продукта йогурта, обогащенного лактулозой (2,5%);

В производстве творога ассортимент остается неизменным за анализируемый период 2013-2015 года.

Изменение ассортимента молочной продукции ООО «Деревенский молочный завод» представлено в таблице 3.6.

Таблица 3.6 - Ассортимент продукции ООО «Деревенский молочный завод»

Год	Цельномолочная продукция	Кисло-молочная продукция	Десерты	Творог
1	2	3	4	5
2013	Стерилизованное молоко; Пастеризованное молоко; Полуобезжиренное молоко; Сухое цельное молоко.	Сметана (10%, 15%, 20%); Кефир (2,5%); Ряженка (2,5%); Сливки.	Питьевой йогурт; Сырки глазированные	Творог 5 %, 9%, Обезжиренный творог.
2014	Стерилизованное молоко; Пастеризованное молоко; Полуобезжиренное молоко. Сухое цельное молоко.	Сметана (10%, 15%, 20%); Кефир (2,5%); Ряженка (2,5%); Сливки.	Питьевой йогурт; Сырки глазированные; Массы сырковые	Творог 5 %, 9%; Обезжиренный творог.
2015	Стерилизованное молоко; Пастеризованное молоко; Полуобезжиренное молоко. Сухое цельное молоко; Молоко полуснятое (пониженной жирности)	Сметана (10%, 15%, 20%); Кефир (2,5%); Ряженка (2,5%); Сливки.	Питьевой йогурт; Сырки глазированные; Массы сырковые	Творог 5 %, 9%, Обезжиренный творог.

Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата	

Таким образом, из таблицы 3.5 следует, что ассортимент цельномолочной продукции за 2013 и 2014 год не обновлялся, а в 2015 году появляется молоко полуснятое (пониженной жирности).

В ассортименте кисломолочной продукции ООО «Деревенский молочный завод» изменений за 2013 - 2015 год не произошло.

В ассортименте десертной продукции ООО «Деревенский молочный завод» в 2014 году на рынок предлагаются сырковые массы и глазированные сырки.

Производство творога ассортимент остаётся неизменным за анализируемый период 2013 - 2015 годы.

Изменение ассортимента молочной продукции ОАО «Гормолзавод» представлено в таблице 3.7.

Таблица 3.7 - Ассортимент продукции ОАО «Гормолзавод», г. Киселёвск

Год	Цельномолочная продукция	Кисло - молочная продукция	Десерты	Творог
1	2	3	4	5
2013	Полуобезжиренное молоко; Стерилизованное молоко; Сухое цельное молоко.	Кефир,(1%, 2,5 %); Ряженка, (2,5%); Сметана (10%, 15%, 20% - 0,2 л); Снежок, (2,5%); Сливки.	Йогурт, 2,5%; Питьевой йогурт; Творожные сырки (глазированные)	Творог весовой, 5%; Творог 5%.
2014	Полуобезжиренное молоко; Стерилизованное молоко; Сухое цельное молоко;	Кефир,(1%, 2,5 %); Ряженка, (2,5%); Сметана (10%, 15%, 20% - 0,2 л); Напиток кисломолочный «Снежок»; (2,5%); Сливки.	Йогурт, 2,5%; Питьевой йогурт; Йогурт, 2,5%; Питьевой йогурт; Творожные сырки (глазированные)	Творог весовой, 5%; Творог весовой, 5%; Творог 5%.
2015	Полуобезжиренное молоко;	Кефир,(1%, 2,5 %);	Йогурт, 2,5%;	Творог

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

Продолжение таблицы 3.7

1	2	3	4	5
	Стерилизованное молоко; Сухое цельное молоко; Пастеризованное молоко.	Ряженка, (2,5%); Сметана (10%, 15%, 20% - 0,2л). Напиток кисломолочный «Снежок»; (2,5%); Сливки; Бифидокефир (2,5%)	Питьевой йогурт; Творожные сырки (глазированные)	весовой, 5%;

Из таблицы 3.7 следует, что изменений ассортимента цельномолочной продукции ОАО «Гормолзавод» в 2013 и 2014 годах не наблюдалось, в 2015 году ассортимент обновляется, за счет производства пастеризованного молока.

Ассортиментный ряд кисломолочной продукции в 2015 году пополняется за счет производства нового продукта «Бифидокефир».

В производстве десертной продукции и производства творога ассортимент за анализируемый период 2013-2015 года, остается неизменным.

Изменение ассортимента молочной продукции ОАО «Юргинский гормолзавод» представлено в таблице 3.8.

Таблица 3.8 - Ассортимент продукции ОАО «Юргинский гормолзавод»

Год	Цельномолочная продукция	Кисло - молочная продукция	Десерты	Творог
1	2	3	4	5
2013	Пастеризованное молоко; Стерилизованное молоко;	Кефир (2,5%); Кефир (1); Ряженка (2,5%); Напиток кисломолочный	Питьевой йогурт; Крем творожный с	Творог фасованный 18%.

Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата

Продолжение таблицы 3.8

1	2	3	4	5
	Сухое цельное молоко.	«Снежок» (1%); Сметана (10%, 15%, 30%)	изюмом, с курагой и ванилином.	
2014	Пастеризованное молоко; Стерилизованное молоко; Сухое цельное молоко; Обезжиренное молоко;	Кефир (2,5%); Кефир «Бифидок» (2,5%); Ряженка (2,5%); Напиток кисломолочный «Снежок» (1%); Сметана (10%, 15%, 30%).	Питьевой йогурт; Крем творожный с изюмом, с курагой и ванилином	Весовой 18%; Фасов 18%.
2015	Пастеризованное молоко Стерилизованное молоко; Сухое цельное молоко; Обезжиренное молоко;	Кефир «Бифидок» (2,5%); Ряженка (2,5%); Напиток кисломолочный «Снежок» (1%); Сметана (10%, 15%, 30%)	Питьевой йогурт; крем творожный с изюмом, с курагой и ванилином; «Классический йогурт»	Весовой 18%; Фасов 18%; Обезжиренный

Таким образом, из таблицы 3.8 следует, что ассортимент цельномолочной продукции ОАО «Юргинский гормолзавод», в 2014 году обновился, за счет производства обезжиренного молока.

Ассортиментный ряд кисломолочной продукции в 2014 году обновляется за счет производства нового продукта «Бифидок», способствующий более быстрому клиническому улучшению при заболеваниях желудочно-кишечного тракта, у больных с онкологией, поражениями печени, мочеполовой системы, с раневой инфекцией.

На протяжении 2013 и 2014 годов изменений ассортимента десертной продукции не наблюдалось, а в 2015 году предприятие начало производство нового продукта «Классический йогурт».

Ассортиментный ряд производства творога в 2014 году пополняет творог весовой - 18%, а уже в 2015 году на рынок предлагается обезжиренный творог - 0%

Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата

жирности.

Структура молочной продукции предприятий производителей г.Кемерово, Кемеровской области (рисунок 2.17).

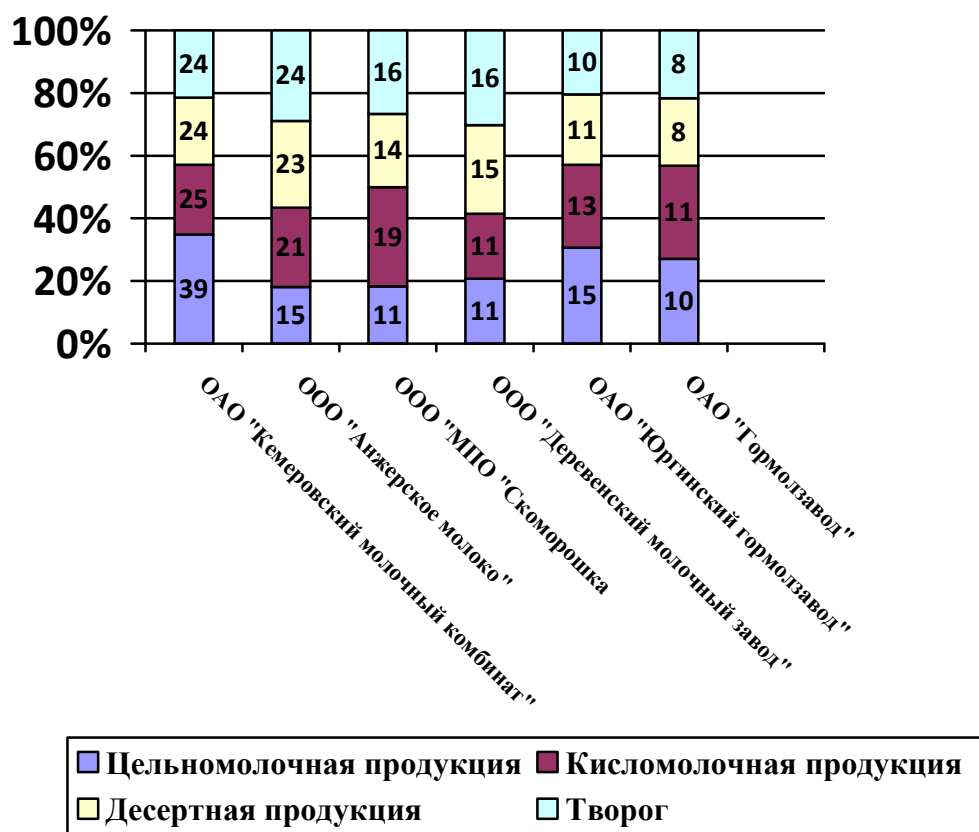


Рисунок 3.1 – Структура молочной продукции предприятий - производителей г.Кемерово, Кемеровской области, %

Из рисунка 3.1 видно, что 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 - 16%.

По товарной политике меньший процент производства молочной продукции занимают предприятия ОАО «Гормолзавод» и ОАО «Юргинский гормолзавод», причем ОАО «Юргинский гормолзавод» опережает Киселевский молочный завод

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

по позициям цельномолочной продукции, кисломолочной, десертной продукции и производство творога на 2-3 %. У предприятия есть возможность стремиться к наращиванию производства и обновлению производства.

3.3 Рекомендации и предложения по совершенствованию товарной политики рынка молочной продукции

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, поэтому им стоит расширять ассортимент продукции, чтобы оставаться конкурентоспособными.

ОАО «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.

Предприятия должны создавать такой ассортиментный перечень товаров,

Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата	

который мог бы обеспечить бесперебойность товарооборота. Воплощение этого принципа опирается на ассортиментную концепцию.

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 ассортимент, не каждый год можно увидеть изменения, касающиеся совершенно нового, отличающийся по вкусовым и другим признакам молочный продукт.

Большую часть молочной продукции предпочитают продукцию предприятия ОАО «Кемеровский молочный комбинат», на основе этого был проведен анализ товарной политики, где также выяснилось, что лидером по ассортименту молочной продукции является ОАО «Кемеровский молочный комбинат». И заключительным этапом был проведён анализ ценовой политики продукции с минимальными ценами на товар, и вновь на первых местах оказался ОАО «Кемеровский молочный комбинат».

Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата		

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Молоко и молочные продукты занимают особое положение на рынке продовольственных товаров, так как составляют основу рациона населения. Молоко и молочные продукты содержит все без исключения питательные вещества, необходимые организму человека. Одно из наиболее отличительных и важных свойств молока как продукта питания - его высокая биологическая ценность и усвояемость от 95 до 98 %. В связи, с выше сказанным следует отметить исключительную роль молока и молочной продукции. Поэтому необходимо строгий контроль за качеством данного вида продукции. В молоке содержится большое количество очень ценных и необходимых минеральных веществ: кальций, калий, магний, натрий, фосфор, хлор, сера и другие вещества.

Конъюнктура рынка – экономическая ситуация, складывающаяся на рынке и характеризующаяся уровнями спроса и предложения, рыночной активностью, ценами, объёмами продаж, движением процентных ставок, валютного курса, заработной платы, дивидендов, а также динамикой производства и потребления

На обычном рынке товар определяет судьбу рыночной и всей хозяйственной политики предприятия – производителя. Успешная деятельность предприятия на рынке прямо зависит от детально разработанной и хорошо продуманной товарной стратегии. В маркетинговой стратегии предприятия составляют главную роль стратегические решения по товару. На прилавках магазина можно увидеть производителей различных регионов – Москва, Белгород, Алтайский край, Новосибирск, а так же производителей местных молочных продуктов г. Кемерово, Кемеровской области.

С развитием рыночных отношений стало необходимо учитывать требования потребителей к составу товарного предложения, потребительские оценки товаров.

При всем этом исследование рынка начинается не с продукта, а с потребностей покупателей. Потребность конкретизируется в спрос на определенные технологические способы ее удовлетворения. Технологические

Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата	

способы могут реализовываться с помощью различных конкретных технико - технологических решений. На следующем уровне выбираются конкретные типы выпускаемых товаров. В рамках продукта определенного типа существуют конкретные виды продукта, которые имеют так же свои жизненные циклы, обычно короткие, хотя марки могут оставаться на рынке очень долго, если фирма успешно и своевременно осуществляет ряд мероприятий, обеспечивающих сохранение основных качеств марки: смену технологий, дизайна, обслуживающих составляющих.

Большую часть молочной продукции предпочитают продукцию предприятия ОАО «Кемеровский молочный комбинат», на основе этого был проведен анализ товарной политики, где также выяснилось, что лидером по ассортименту молочной продукции является ОАО «Кемеровский молочный комбинат».

Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата	

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Электронные ресурсы:

1.Евменов А.Д., Данилов П.В., Какосьян., Методы анализа и прогноза конъюнктуры рынка: учебное пособие. [Москва, 2011]. URL: <http://knowledge.allbest.ru/>

2.Суэтин А.А., Конъюнктура рынка: методика анализа и прогноза: учебник. [Москва, 2012]. URL: <http://www.elitarium.ru/>

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

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

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

6.Бронникова Т.С., Чернявский А.Г.,. Маркетинг: учебное пособие. [Москва,2011] // Издательство ПРИОР. URL: <http://revolution.allbest.ru/>.

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

8.Кемеровский молочный комбинат. URL: <http://glavpro.com/>.

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

10.Информация об открытом акционерном обществе «Кемеровский молочный комбинат», Министерство сельского хозяйства Российской Федерации. URL: <http://www.mcx.ru/>.

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

12. Конъюнктура рынка. URL: <http://studopedia.ru/>.

13. Крупнейшие предприятия молочной продукции Кемеровской области.

Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата	

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

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

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

19. Общество с ограниченной ответственностью «Анжеро-Судженский молочный комбинат». URL: <http://www.rusprofile.ru/>.

20. Общество с ограниченной ответственностью «Деревенский молочный завод». URL: <http://derevenskiy-molochnyy-zavod.pulscen.ru/>.

21. Общество с ограниченной ответственностью «Кемеровский молочный комбинат». [Кемерово, 2016]. URL: <http://live-product.ru/>.

22. Общество с ограниченной ответственностью «Молочное Производственное Объединение «Скоморошка», Информация о предприятии. URL: <http://skomoroshka.narod.ru/>.

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

24. Открытое акционерное общество «Кемеровский молочный комбинат», Информация о предприятии. URL: <http://glavpro.com/>.

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

26. Оценка конъюнктуры рынка, маркетинг. URL: <http://konspekts.ru/>.

27. Продукция открытого акционерного общества «Юргинский гормолзавод». Новости и события. [Кемерово, 2015]. URL: <http://kemoblast.ru/>.

Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата	

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

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

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

31.Романова И.М., Носков Е.В., Лях Н.А., ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ
АНАЛИЗА КОНЬЮНКТУРЫ РЫНКА: научная статья [Москва, 2012]. . URL:
<http://www.scienceforum.ru/>.

32.Сведения о видах экономической деятельности ОАО «ЮГМЗ» по
данным ЕГРЮЛ. <http://www.k-agent.ru/>.

33. Товар и товарная политика, библиотека менеджмента. URL:
<http://management-rus.ru/>.

34. Товар, товарная политика, маркетинг. URL: <http://konspekts.ru/>.

35. Экономика и экономическая теория. URL: <http://www.allbest.ru/>.

36. Товарная политика, понятие, сущность. URL: <http://works.doklad.ru/>.

37.Исследование формирования товарной политики предприятия. URL:
<http://www.fbunion.ru/>.

38.Методические основы разработки товарной политики предприятия как
система разработки и управления товарным ассортиментом. URL:
<http://revolution.allbest.ru/>.

Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата		

ПРИЛОЖЕНИЕ А
(обязательное)

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

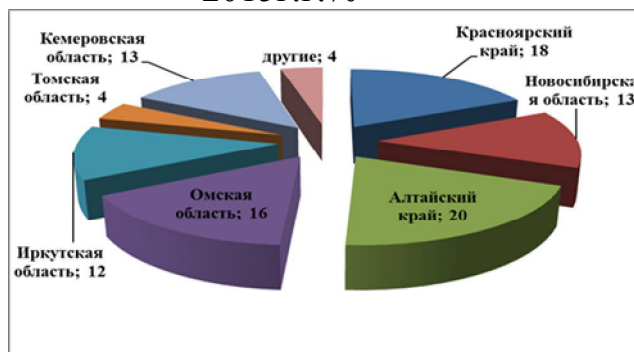


Рисунок А.1 - Региональная структура производства молочной продукции в СФО в 2013г, %.

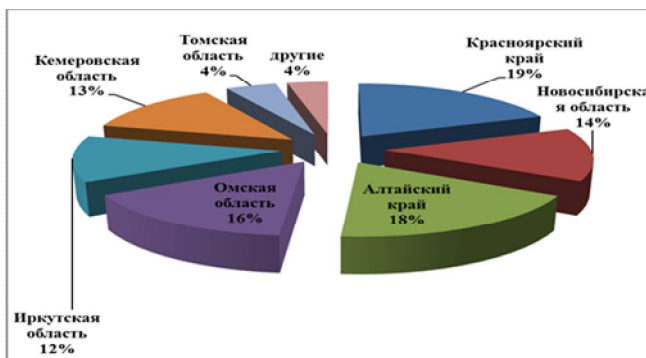


Рисунок А.2 - Региональная структура производства цельномолочной продукции в СФО в 2014г, %

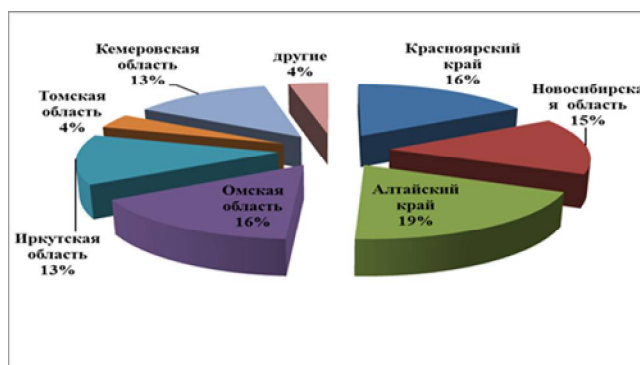


Рисунок А.3. - Региональная структура производства молочной продукции в СФО в 2015г., %

Изм	Лист	№ докум.	Подпись	Дата	

ПРИЛОЖЕНИЕ Г
(обязательное)

**Таблица Г.1 – Анализ товарной политики предприятий – производителей
молочной продукции г. Кемерово, Кемеровской области**

	ОАО «Кемеровский молочный комбинат»	ОАО «Анжерское молоко»	ОАО «Деревенский молочный завод»	ОАО «Юргинский гормолзавод»
1	2	3	4	5
1. АССОРТИМЕНТ МОЛОЧНОЙ ПРОДУКЦИИ, (наименование)				
2013	290	55	54	44
2014	300	60	65	57
2015	320	86	84	68
2. ОБЪЁМ ПРОИЗВОДСТВА МОЛОЧНОЙ ПРОДУКЦИИ (тыс. тонн)				
2013	81	63	58	52
2014	88	66	60	58
2015	За первый квартал 22,5	70	62	63
3. УЧАСТИЕ В ВЫСТАВКАХ				
2013	Всероссийский смотр-конкурс «Молочные продукты- 2012» молочный комбинат награжден дипломом и золотой медалью в номинации: «За лучшую молочную продукцию»	Не участвовали	Не участвовали	Межрегиональны й конкурс «Лучшие товары и услуги Сибири - Гемма»- золотая медаль и статуэтка за сметану массовой доей жира 15% и 30%.

2014	Золотая медаль и гран-при в конкурсе «Молочная промышленность Сибири». Агропромышленная выставка Золотая осень 2014»- 2 золотые медали.	Всероссийский конкурс «100 лучших товаров России», на межрегиональном конкурсе «Лучшие товары и услуги Сибири - ГЕММА» отметились золотыми медалями, грамотами и дипломами.	Агропромышленная выставка «Золотая осень 2014» 4 золотые медали. За натуральность и высокое качество йогуртов (в ассортименте), выпускаемых на этом предприятии.	Международная выставка – ярмарка «Экспо - Сибирь» Серебряные медали за «Сметану с минимальной долей жирности 10% и Ряженку». награждён золотой медалью за «Молоко питьевое 2,5% жирности».
------	---	---	--	--

Продолжение таблицы Г.1

2015	Не участвовал и	Агропромышленная выставка - ярмарка «Золотая осень - 2015» в Москве «Экспо-Сибирь» золотая медаль	Не участвовали	Не участвовали
4.СРОК ХРАНЕНИЯ МОЛОЧНОЙ ПРОДУКЦИИ (сутки, часы)				
Молоко	Пастеризованное- 5 суток Стерилизованное- 7 суток	Пастеризованное- 3 суток; Стерилизованное- 10 суток	Пастеризованное -5 суток; Стерилизованное -7 суток.	Пастеризованное-5 суток; Стерилизованное- суток.
Сметана	7 суток, весовая -72 часа	7 суток, весовая 72 часа.	5 суток, весовая 72 часа.	5 суток, весовая – 72 часа
Сливки	72 часа	-	72 часа	72 часа
Творог	фасованный – 72 часа, весовой – 36 часов.	фасованный – 72 часа, весовой – 36 часов.	фасованный – 72 часа, весовой – 36 часов.	фасованный – 72 часа, весовой – 36 часов.
5. РАЗМЕР ПРИБЫЛИ (МЛН. РУБ.)				
2012	158672	34723	268	141
2013	- 45068	16589	174	9733
2014	50267	3843	245	-4480

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