

ОБЗОР РЫНКА ГЛАЗИРОВАННЫХ ТВОРОЖНЫХ СЫРКОВ В ТОРГОВЫХ СЕТЯХ И РАСЧЕТ КЛЮЧЕВЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ АССОРТИМЕНТА

*Щербатюк Мария Дмитриевна, студентка технологического института,
ФГБОУ ВО РГАУ–МСХА имени К. А. Тимирязева,
e-mail: sherbatuk.mari@mail.ru*

*Научный руководитель – Купцова Светлана Вячеславовна, к.т.н., доцент,
доцент кафедры управления качеством и товароведение продукции
ФГБОУ ВО РГАУ–МСХА имени К. А. Тимирязева»,
e-mail: skuptsova@rgau-msha.ru*

***Аннотация.** В статье проведен обзор рынка творожных сырков; про-
веден расчет показателей ассортимента в торговых сетях города
Москвы.*

***Ключевые слова:** творожные сырки, ассортимент, коэффициент, то-
вар, показатель.*

Статистические данные позволяют сделать вывод о том, что на сего-
дняшний день рынок молока и молочных продуктов сформировался примерно
на 90 %. Рынок глазированных сырков является полностью брендованным.
За последние несколько лет, на рынке замечено повышение доли крупных
национальных и международных брендов. Маркетинговое агентство FDFgroup
провело анализ по рынку молочных продуктов и выяснили, что лучше всего
россияне производителя молочных продуктов Danone (98 %) и «Вимм – Билль
– Данн» (95 %) на последнем месте «Ростагроэкспорт» с 70 % [1].

Россия представляет собой крупный молочный рынок и входит в десят-
ку мировых потребителей молочной продукции. Творог и творожная продук-
ция является товаром повседневного спроса, так как отличается высокими пи-
тательными и вкусовыми качествами.

В расчете на население уровень потребления творога в России в 2019
году составил 5,4 кг/чел., в 2020 году – 5,3 кг/чел.

Физиологическая норма потребления творога должна составлять 18 кг в
год на человека. Поэтому потребление творога в стране в долгосрочной пер-
спективе будет расти. В связи с недостаточным потреблением творога и тво-
рожной продукции необходимо разнообразить ассортимент продукции. Одна-
ко на данный момент на рынке в процентном отношении 70 % занимает тво-
рог, 30 % приходится на творожную массу, мягкий творог и глазированные
сырки, которые производят с различными наполнителями, начиная от какао и
заканчивая растительными ингредиентами.

Объем рынка творога и творожных продуктов в России в 2020 г. вырос на 8,3 %, что составило 721 491,7 т 68,6 % российского рынка творога и творожных продуктов в натуральном выражении приходится на рынок творога.

Среди разнообразной творожной продукции почти у 60 % россиян популярны творожные массы и мягкий творог с добавками, а вот фасованный творог без добавок и сахара потребляют только 22 % жителей страны.

В настоящее время глазированные сырки вырабатываются с разнообразными вкусовыми добавками и наполнителями: с ягодным джемом, ванилином, какао, вареной сгущенкой, растительными ингредиентами [4, 5]. Объемы выпуска глазированных творожных сырков по месяцам представлены на рисунке 1.

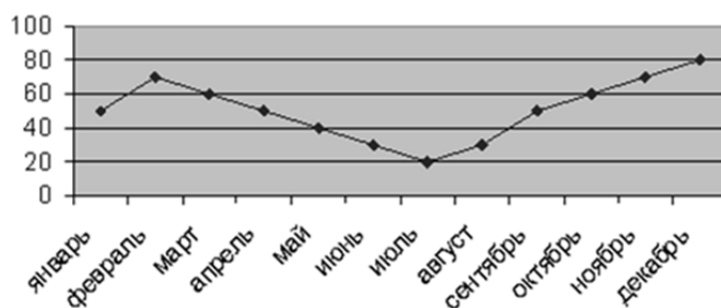


Рисунок 1 – Объемы выпуска глазированных творожных сырков по месяцам, %

В стратегии повышения качества пищевой продукции в Российской Федерации до 2030 года прогнозируется уделить максимум внимания производству безопасной продукции нового поколения с заданными характеристиками [2, 3].

В данной статье был рассчитан ассортимент в следующих магазинах торговой сети «Перекресток» и торговой сети «Дикси».

Анализ ассортимента проведен с использованием методики расчета по таким показателям, как: полнота ассортимента, глубина, новизна, устойчивость и коэффициент рациональности.

Данные показатели необходимы для расчета в торговой сети количества наименований однородной группы согласно ТСД. Они дают представление о наличии различных новинок в магазине. Какие товары пользуются наибольшим спросом у населения, а какие необходимо привозить в меньшем количестве. Таким образом, они дают представление о направлении работы с ассортиментом данной торговой сети

Полнота ассортимента характеризуется количеством видов, разновидностей и наименований товаров однородной группы и/или подгруппы. Показатели полноты могут быть действительными и базовыми.

Глубина – количество торговых марок товаров одного вида, и/или их модификаций и/или товарных артикулов.

Новизна (обновление) ассортимента – способность набора товаров удовлетворять изменившиеся потребности за счет новых товаров.

Устойчивость ассортимента – способность набора товаров удовлетворять спрос на одни и те же товары. Особенностью таких товаров является наличие устойчивого спроса на них.

Рациональность ассортимента – средневзвешенное значение показателя рациональности с учетом реальных показателей: полноты, глубины, новизны и устойчивости товаров разных групп, помноженный на соответствующий коэффициент весомости

Результаты расчета ассортимента глазированных творожных сырков в таблице 1.

Таблица 1 – Результаты расчета ассортимента глазированных творожных сырков

Торговая сеть	Полнота ассортимента, Кп, %	Глубина ассортимента, Кг, %	Устойчивость ассортимента, Ку, %	Новизна ассортимента, Кн, %	Коэффициент рациональности, Кр, %
Перекресток	87,4	83,3	12,9	73,2	15,7
Дикси	78,1	66,2	8,7	64,5	13,6

В ходе выполнения работы автором получены данные, на основании которых можно сделать выводы: ассортимент глазированных творожных сырков широко представлен в 2 торговых сетях; больше позиций ассортимента продукта имеет торговая сеть Перекресток; обновление ассортимента происходит постоянно; для дальнейшей заинтересованности покупателя в приобретении данного продукта необходимо предложить расширение ассортимента за счет производства глазированных творожных сырков с новыми вкусами.

Библиографический список

1. **Сысоева, С. В.** Категорийный менеджмент / С. В. Сысоева, Е. А. Бузукова // Курс управления ассортиментом в рознице. – 2015. – С. 322–323.
2. **Дунченко, Н. И.** Современные методы исследования показателей качества сельскохозяйственного сырья и продовольствия: Практикум / Н. И. Дунченко, Е. С. Волошина, С. В. Купцова, К. В. Михайлова. – М. : Издательство Франтера, 2020. – 78 с. – ISBN 978-5-94009-171-4.
3. **Дунченко, Н. И.** Безопасность и качество пищевых продуктов: монография / Н. И. Дунченко, С. В. Купцова, А. Л. Шегай, С. В. Денисов. – Иркутск, 2018. – 135 с. – ISBN 978-5-905624-70-4.
4. **Волошина, Е. С.** Творожный продукт с функциональными ингредиентами / Е. С. Волошина, Н. И. Дунченко, С. В. Купцова // Сыроделие и маслоделие. 2020. – № 4. – С. 40–42.
5. **Купцова, С. В.** Применение новых инструментов качества для оценки показателей качества продукции // В Сб. : Безопасность и качество сельскохозяйственного сырья и продовольствия. Создание национальной системы управления качеством пищевой продукции. – 2016. – С. 241–244.