

Государственное автономное профессиональное образовательное учреждение  
Иркутской области  
«Иркутский технологический колледж»

**Тема: Особенности формирования ассортимента  
продовольственных товаров как фактор удовлетворения  
покупательского спроса на примере торгового предприятия  
ООО «Маяк» супермаркета «Слата»**

Студентка гр № 45  
Сысолятина Дарья Сергеевна  
Руководитель:  
Данилова Галина Ивановна

## Актуальность темы

- ❖ От формирования ассортимента товаров, зависит широта, полнота ассортимента в розничном торговом предприятии, удовлетворение спроса населения, объём реализации и соответственно успех экономической деятельности торгового предприятия, повышение уровня жизни и настроение покупателей.

## Цель работы

- ❖ Выявить принципы формирования ассортимента молочных товаров в торговом предприятии ООО «Маяк» супермаркет «Слата» и предложить мероприятия по совершенствованию работы.

## Задачи:

- Дать организационно-экономическую характеристику торговому предприятию ООО «Маяк» супермаркет «Слата»
- Выявить факторы влияющие на формирование ассортимента молочных товаров в супермаркете «Слата»
- Проанализировать эффективность реализации товаров
- Сделать выводы и внести предложения.

## Объект исследования:

- ✓ Формирование ассортимента товаров

## Предмет исследования:

- ✓ Формирование ассортимента молочных товаров в торговом предприятии ООО «Маяк» супермаркет «Слата».

## Метод исследования:

- ✓ Наблюдение, опрос потребителей, беседа с руководителем предприятия, расчёты.

# Торговое предприятие ООО «Маяк» супермаркет «Слата»

## □ Адрес:

г. Иркутск, ул. 2-ая Железнодорожная, 28

## □ Режим работы:

с 8.00 до 23.00 без обеда и  
выходных дней

## □ Руководитель предприятия:

Дорохов Сергей Николаевич

□ Форма обслуживания покупателей :  
самообслуживание



□ Площадь магазина : 200 кв. метров

## Показатели финансовых результатов ООО «Маяк» супермаркет «Слата» за 2020-2021 года

Показатели	2020 год	2021 год	Изменение 21-20	Темп изменения, % 20/21
			(3-2)	(3/2*100)
<b>1. Выручка от продажи товаров (продукции, работ, услуг), тыс. руб.</b>	5 284 617	6 346 508	1 061 891	1.20
<b>2. Себестоимость проданных товаров (продукции, работ, услуг), тыс. руб.</b>	4 338 216	5 189 246	851 030	1.19
<b>3. Валовая прибыль, тыс. руб. (п.1-п.2)</b>	946 401	1 157 262	210 861	1.22
<b>4. Прибыль до налогообложения</b>	946 401	1 157 262	210 861	1.22
<b>5. Налог на прибыль</b>	189 280,2	231 452,4	42 172,2	1.22
<b>6. Чистая прибыль</b>	757 120,8	925 809,8	168 689	1.22

# Факторы влияющие на формирование ассортимента молочных товаров в супермаркете «Слата»

## Общие факторы :

- Покупательский спрос;
- Производство товаров.

## Специфические факторы:

- Тип и размер магазина,
- Техническая оснащенность;
- Условия товароснабжения;
- Численность и состав обслуживаемого населения;
- Транспортные условия
- Наличие других розничных торговых предприятий в зоне деятельности данного магазина.

# Принципы и этапы формирования ассортимента молочных товаров в супермаркете «Слата»

## Принципы :

- Обеспечение достаточной широты - 0,90
- Обеспечение достаточной полноты - 0,87
- Новизна ассортимента - 0,24
- Установление определенного количества разновидностей по каждому виду товаров

## Этапы :

- Определяется ассортиментный профиль и направление специализации
- Устанавливается структура ассортимента в магазине.
- Распределение отдельных групп и подгрупп товаров в размере потребительских комплексов и микрокомплексов.
- Определяется внутригрупповой (развернутый) ассортимент в пределах каждой группы.



# Структура ассортимента молочных товаров в супермаркете «Слата»

Группа	Кол-во видов	Уд. Вес, %
Молоко	10	27,02%
Сметана	5	13,51%
Кефир	3	8,10%
Йогурт	5	13,51%
Творожные продукты	8	21,62%
Простокваша	1	2,70%
Бифидо- продукты	5	13,51%
<b>ИТОГО</b>	<b>37</b>	<b>100</b>

## Структура видов молочных товаров в общем объеме групп:



- Молоко
- Кефир
- Твороженные продукты
- Йогурты
- Молочные десерты
- Молочные десерты

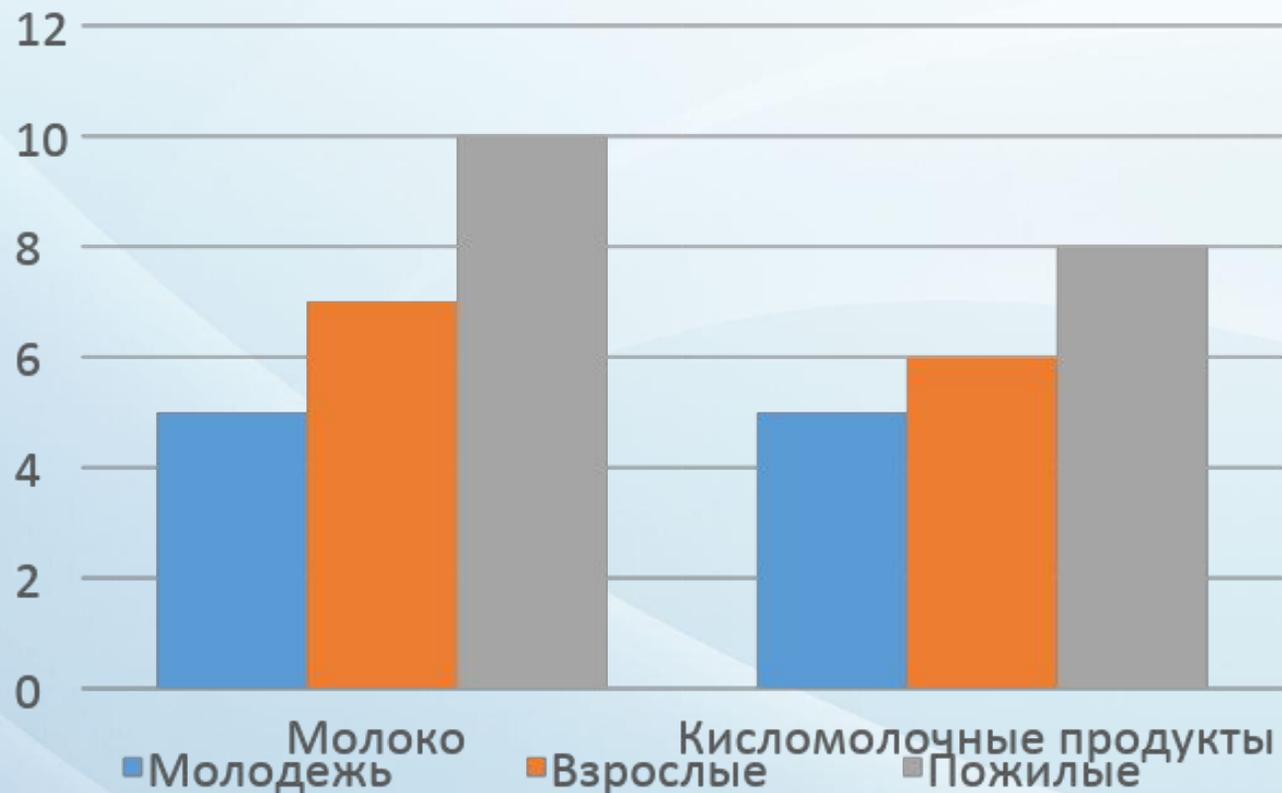
# Статистика продаж молочных товаров супермаркета

## «Слата» за 2020-2021 года

	2020			2021		
Наименование	Кол-во, л ( год)	Средняя Цена, руб. за 1л	Сумма, тыс. руб.	Кол-во, л. ( год)	Средняя Цена, руб. за 1л	Сумма, тыс. руб.
Молоко	9 125	60-00	547 500	10 950	75-00	821 250
Кисломолочные товары	7 300	55-00	401 500	8 395	65-00	545 675
		-	949 000		-	1 366 925

# Результаты опроса

## Основные покупатели

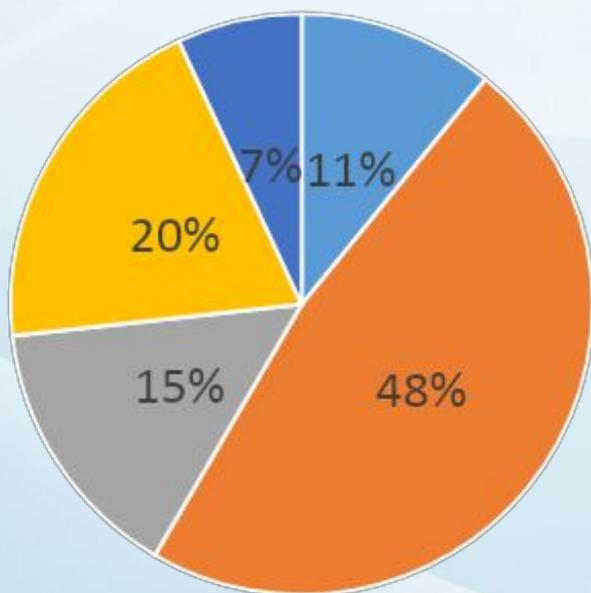


## Покупателями широты молочных товаров



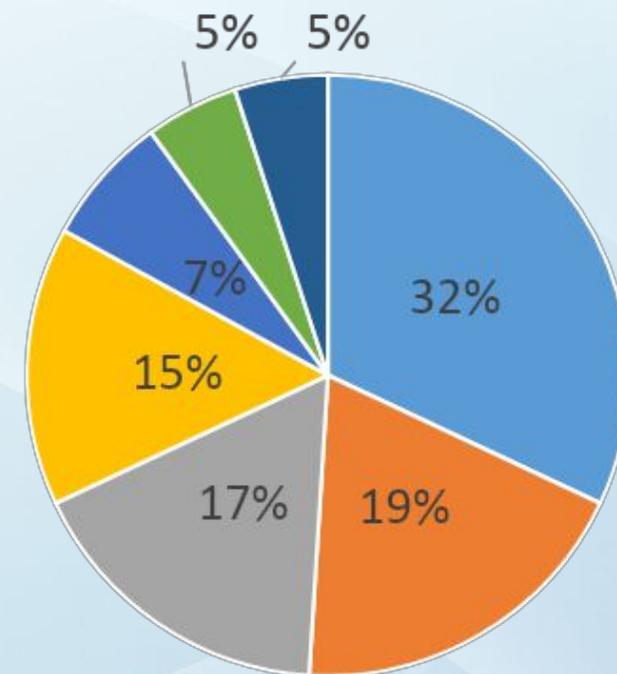
## Что влияет на выбор Вами молочных изделий?

- Вкусовые качества
- Свежесть
- Цена
- Марка
- Упаковка

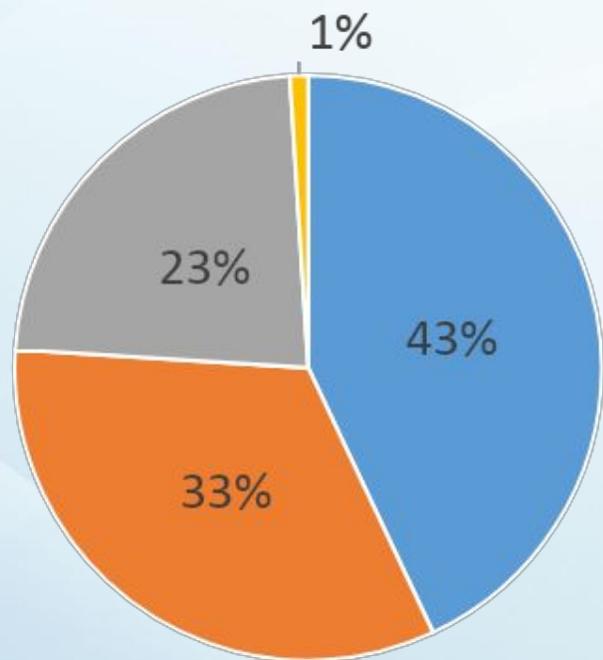


## Предпочтения молочных товаров

- Молоко
- Сметана
- Кефир
- Творог
- Йогурт
- Простокваша
- Ряженка

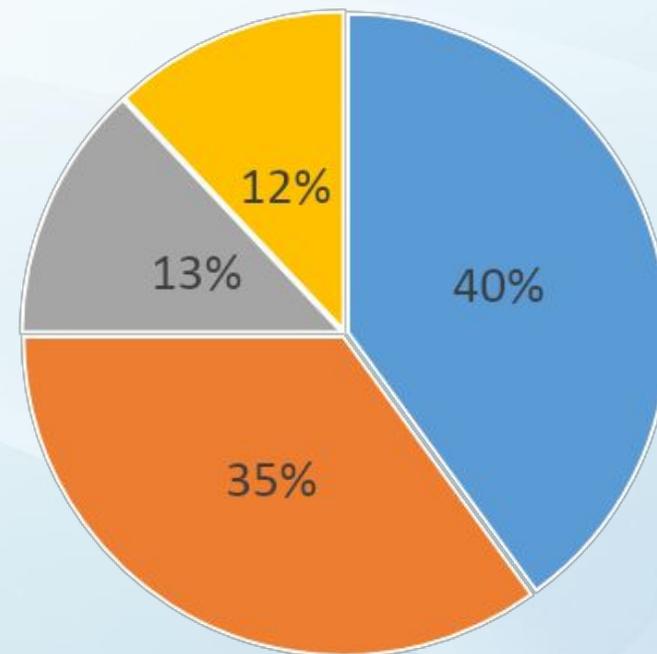


## Качество молочных товаров



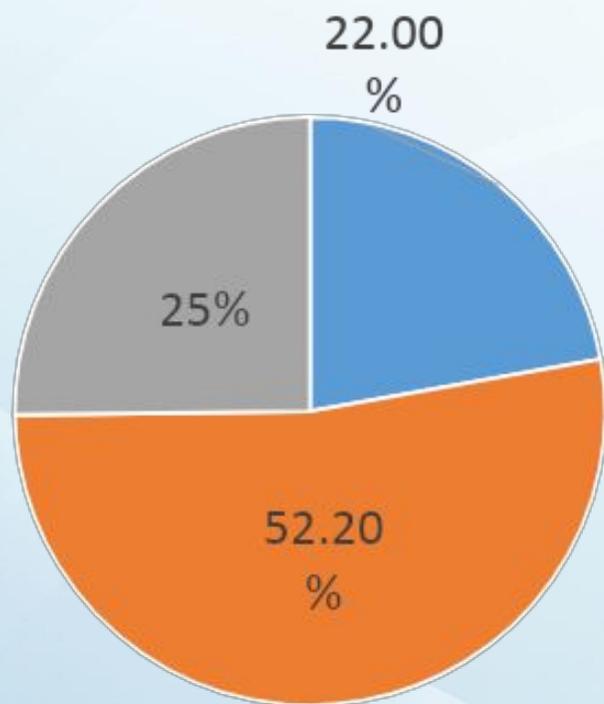
- Отличное
- Хорошее
- Удовлетворительное
- Неудовлетворительное

## Предпочтение по производителям



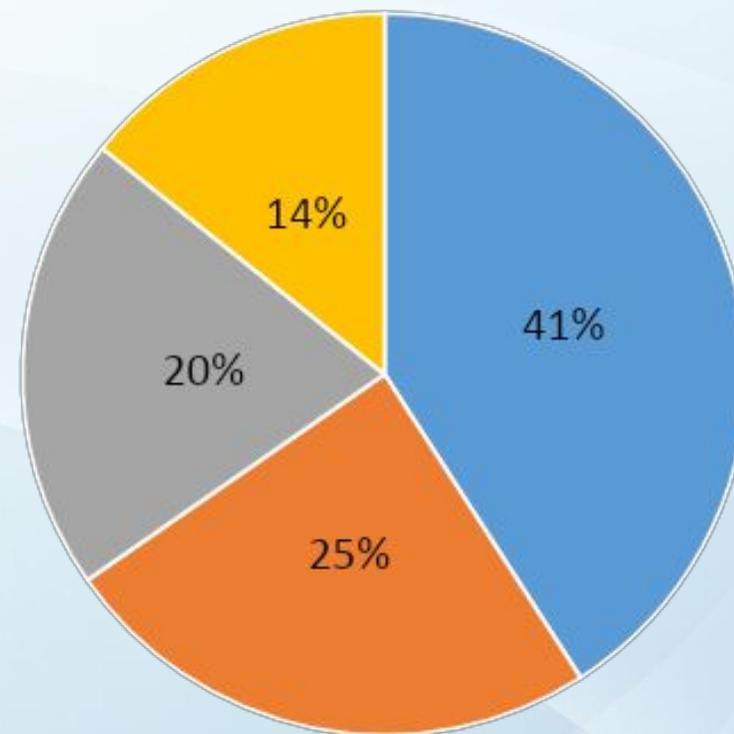
- СХ ПАО Белореченское
- Иркутский масложиркомбинат ООО «Янта»
- АО «Danone»
- АО Вимм-Билль-Данн

## Жирность молочных товаров



- 1,5 % жирности
- 2,5% жирности
- 3,5 % жирности

## Упаковка молочных товаров



- Полимерный пакет масса 1л
- Тетрапак масса 1л
- Тетрапак масса 0,5 л
- Пластмассовая бутылка масса 1л

## Вывод по результатам опроса :

Факторы :

Производитель

Качество товара

Реклама

Количество потребителей и частота  
покупок

Возрастная структура населения

- ✓ **Спрос на молочные товары, как на предмет первой необходимости является полноценным и никогда не падает.**
- ✓ **Предприятие осуществляет активную политику по продвижению товара.**
- ✓ **Самыми важными факторами, влияющими на выбор молочных товаров, являются вкусовые качества, цена, производитель.**
- ✓ **Спрос на молочные товары – удовлетворенный.**

# Недостатки

- Недостаточный ассортимент новинок молочных товаров



# Заключение

Ассортимент торгового предприятия ООО «Маяк» супермаркет «Слата» показал, что он является достаточно широким, глубоким, устойчивым. Общая тенденция для всего ассортимента торгового предприятия - рост объемов продаж по всем товарным группам ассортимента.



# Рекомендации

- ✓ **Более гибко реагировать на новинки в производстве продукции**
- ✓ **Чаще проводить опрос потребителей с целью выявления их предпочтений**

***СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!!!!!!***