

Анализ объемов реализации и качества молочной продукции

Проведем анализ рынка молочной продукции. На сегодняшний день, можно с уверенностью сказать, что рынок молочной отрасли относится к рынку чистой конкуренции, где достаточно большое количество предприятий, производителей молочной продукции. Достаточно сложно сказать точное число организаций- производителей молочной продукции. Однако согласно статистической отчетности федеральной службы статистики (Росстата), всего по состоянию на 2012 г. насчитывается 50,8 тыс. ед. предприятий производителей пищевых продуктов. А это составляет 1% от общего количества предприятий по видам экономической деятельности, рис.1.



Рис. 1. Доля предприятий пищевой промышленности в общем количестве предприятий РФ по состоянию на 2012 г.

При этом важно отметить, что наибольший удельный вес в общем числе предприятий производителей пищевых продуктов приходится на частные компании, их число составило 46,5 тыс. ед., небольшой удельный вес приходится на государственные и муниципальные предприятия, а также предприятия смешанной формы собственности, рис.2.

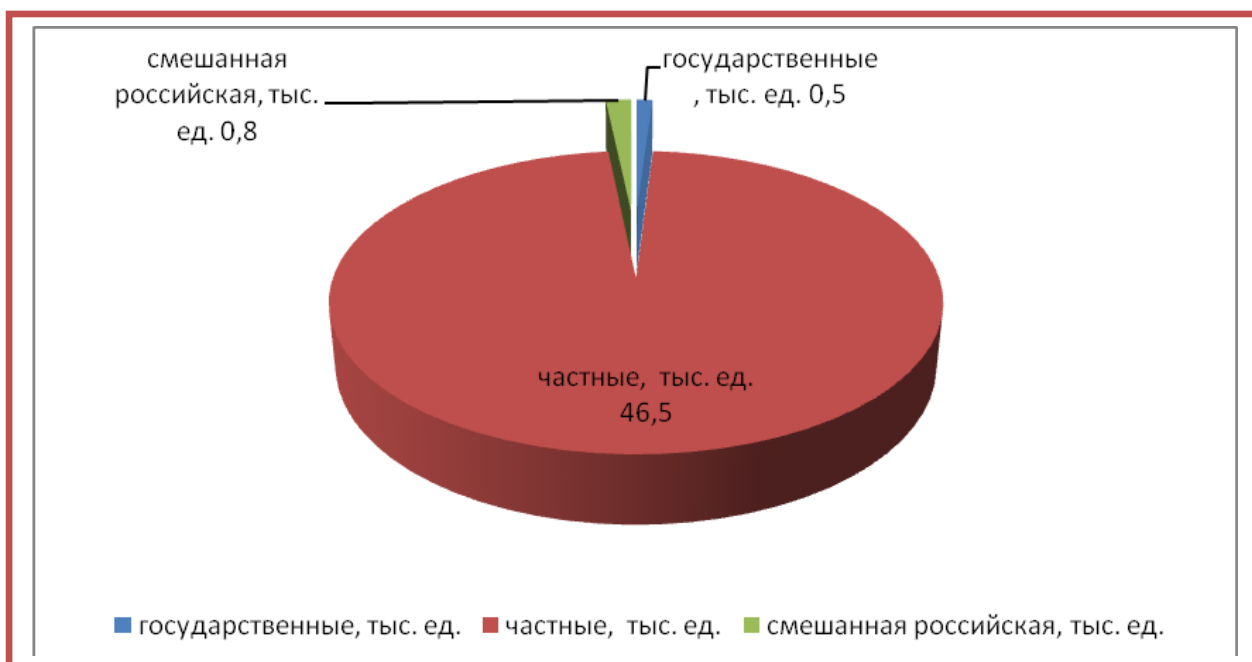


Рис. 2. Структура предприятий производителей пищевых продуктов в России в 2012 г. по формам собственности.

Следует отметить, что оборот организаций производителей пищевых продуктов показывает ежегодный рост. Так в частности оборот пищевых продуктов в 2012 г. составил 3990,8 млрд. руб., а это на 11,7% выше по сравнению с тем же показателем предыдущего года. По отношению к показателю 2005 г. оборот предприятий пищевой промышленности увеличился в 2,7 раза, рис.3.

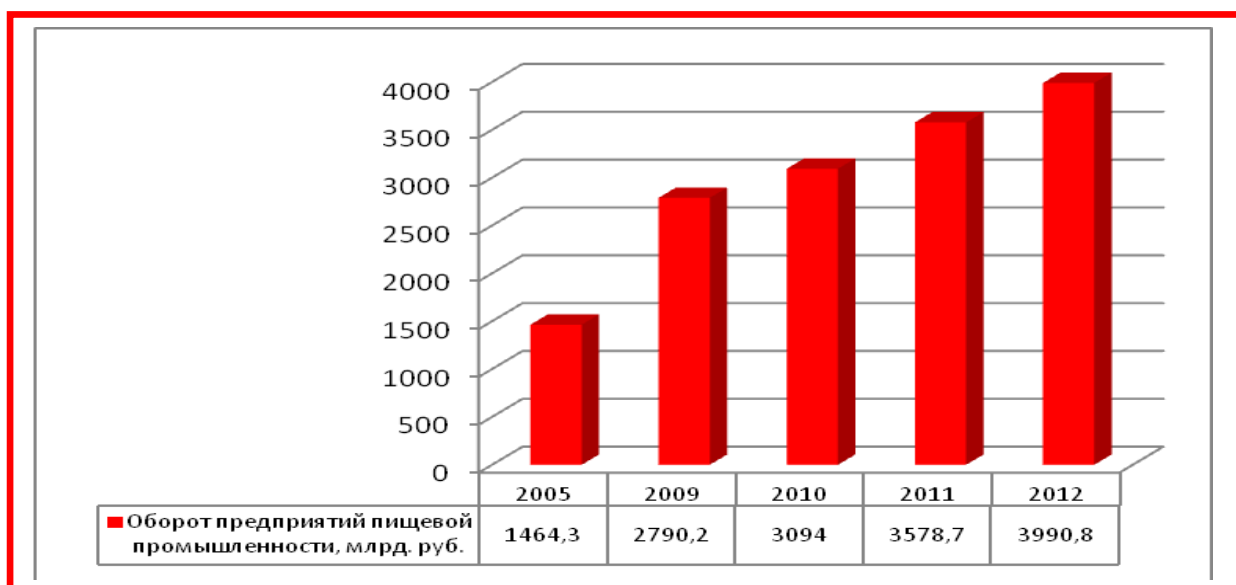


Рис. 3. Динамика оборота предприятий пищевой промышленности в РФ с 2005-2012 г.г.

Из-за малого объема статистических данных по основным видам молочной продукции молочной отрасли, не предоставляется возможным провести подробный анализ данной категории продуктов, в связи с этим приводится статистическая отчетность по минимальному набору продуктов, рис.4.

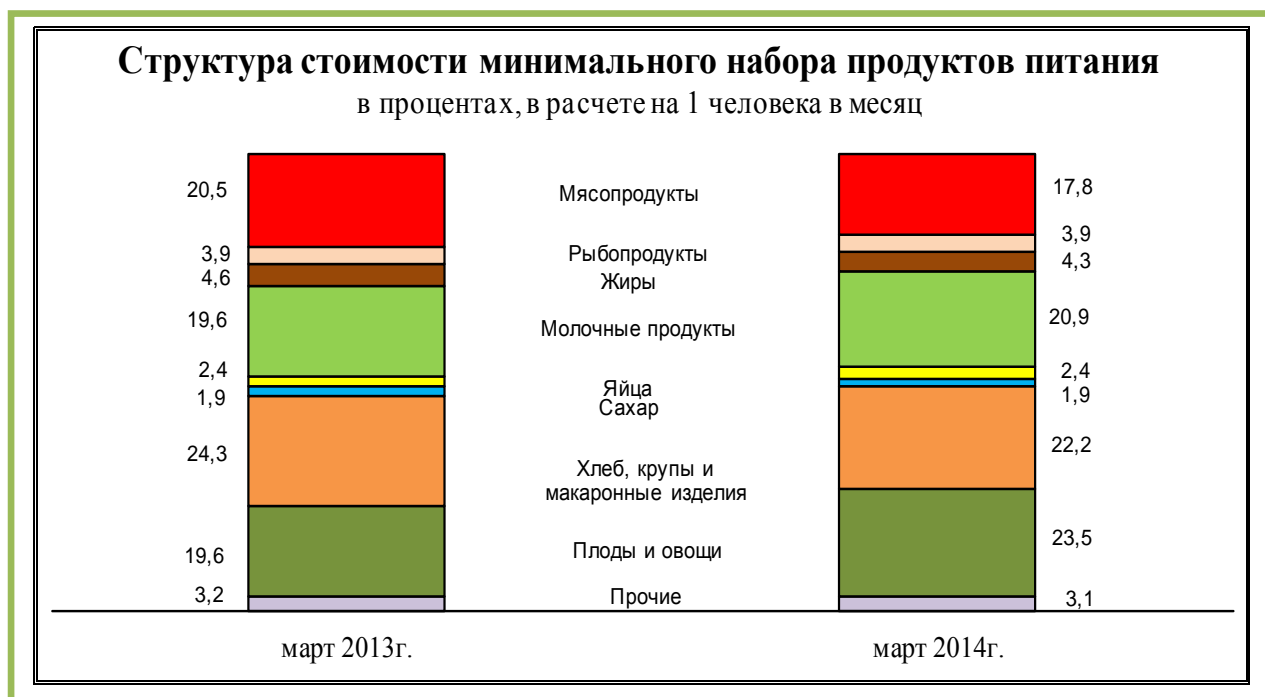


Рис. 4. Структура стоимости минимального набора продуктов питания в РФ по итогам за 2013-2014 г.г. (март)

Данные рис.4. показывают, что доля молочных продуктов входящих в минимальный набор, составляет в среднем 20% по итогам 2013-2014 г.г. Большую долю в минимальном наборе продуктов питания занимает мясная продукция, хлеб, крупы и макаронные изделия. Таким образом, молочная продукция относится к товарам первой необходимости и занимает существенную долю в общем минимальном объеме потребления.

Проведем анализ объемов реализации некоторых видов молочной продукции. По имеющимся данным федеральной службы статистики РФ, объемы молочной продукции занимают небольшой удельный вес в общей структуре оборота розничной торговли. В частности, доля объемов продаж животных масел составляет от 1,3% в 2000 г. до 0,7% по состоянию на 2012 г.

Доля маргариновой продукции в структуре розничных продаж колеблется на протяжении анализируемого периода от 0,3% до 0,2% к 2012 г. Доля продаж цельномолочной продукции в 2000г. составляла 2,5%, однако к 2012 г. на долю продаж цельномолочной продукции пришлось 2,0%. Доля продаж сыров составила в 2012 г. 1,0%, по сравнению с тем же показателем 2000 г. данный показатель снизился на 0,3%, рис.5.

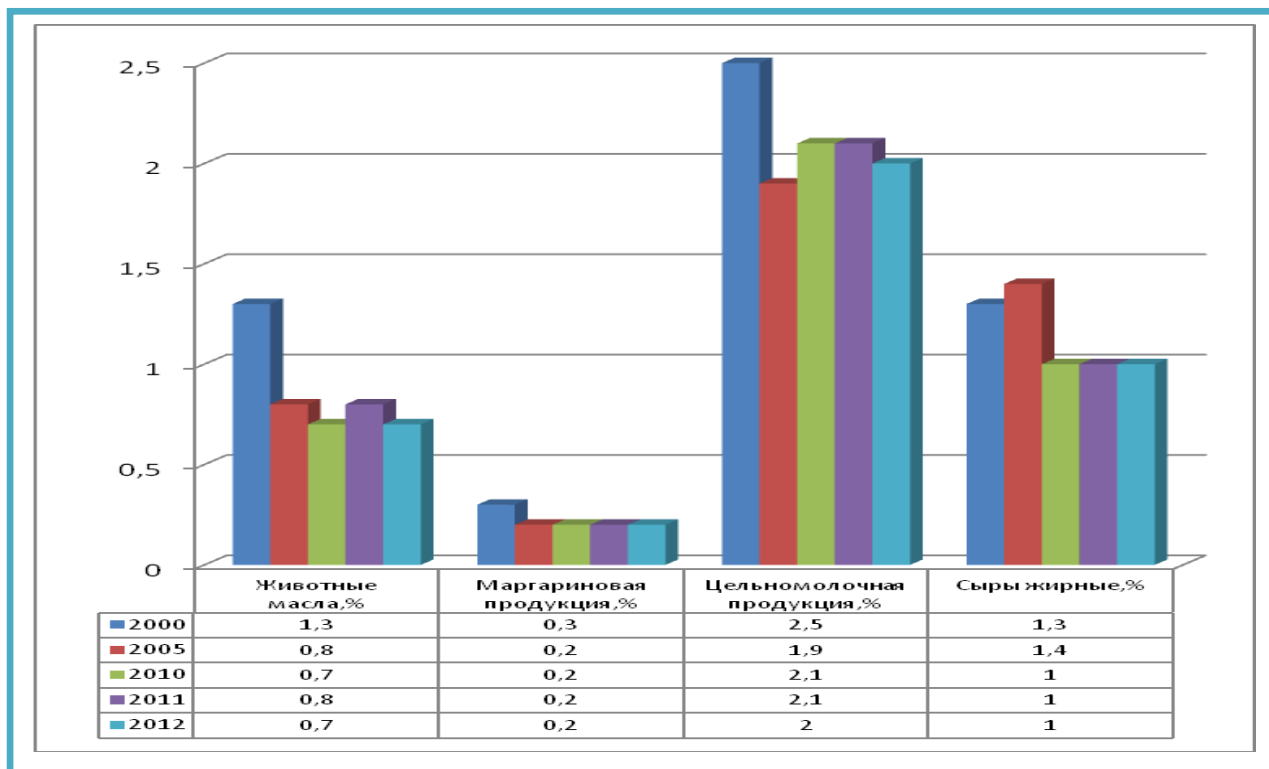


Рис. 5. Динамика доли продаж молочных продуктов в общем объеме продаж розничной торговли в РФ с 2000-2012 г.г.

В стоимостном выражении в 2012 г. было реализовано цельномолочной продукции на сумму 430,6млрд. руб., рис.6., а это превышает показатель предыдущего года на 5,2%(рис.7.), животных масел было реализовано в розницу на сумму 152,8 млрд. руб., а это на 2,4% выше по сравнению с показателем 2011 г. Темпы роста реализации сыров составили 6,7% по сравнению с показателем 2011 г. и в 2012 г. объем реализации этого вида продукта составил 214,2 млрд. руб. А вот темпы роста продаж маргариновой продукции в 2012 г. напротив снизились по сравнению с показателем 2011 г. и

составили 99,1%, в целом в 2012 г. было реализовано маргариновой продукции на сумму 34,1 млрд. руб., рис.7.

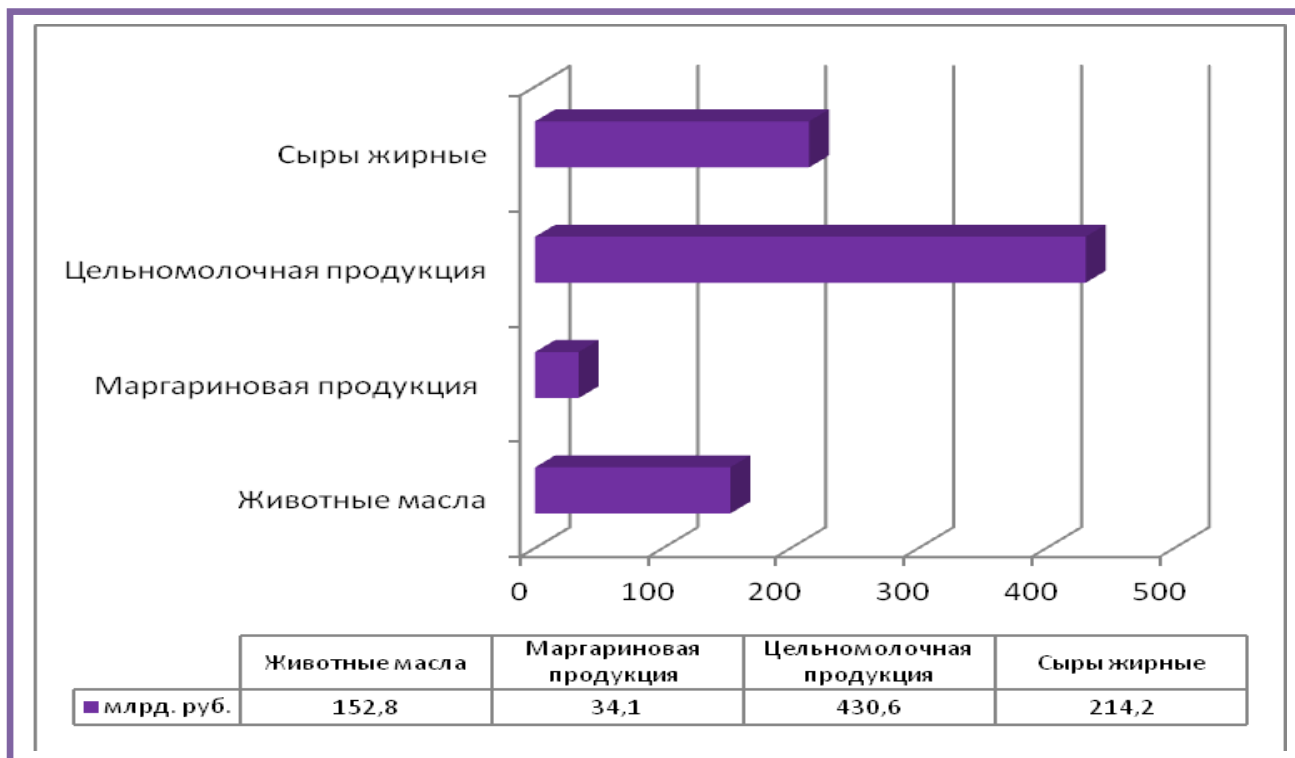


Рис.6. Объемы реализации основных видов молочной продукции в РФ в 2012 г.

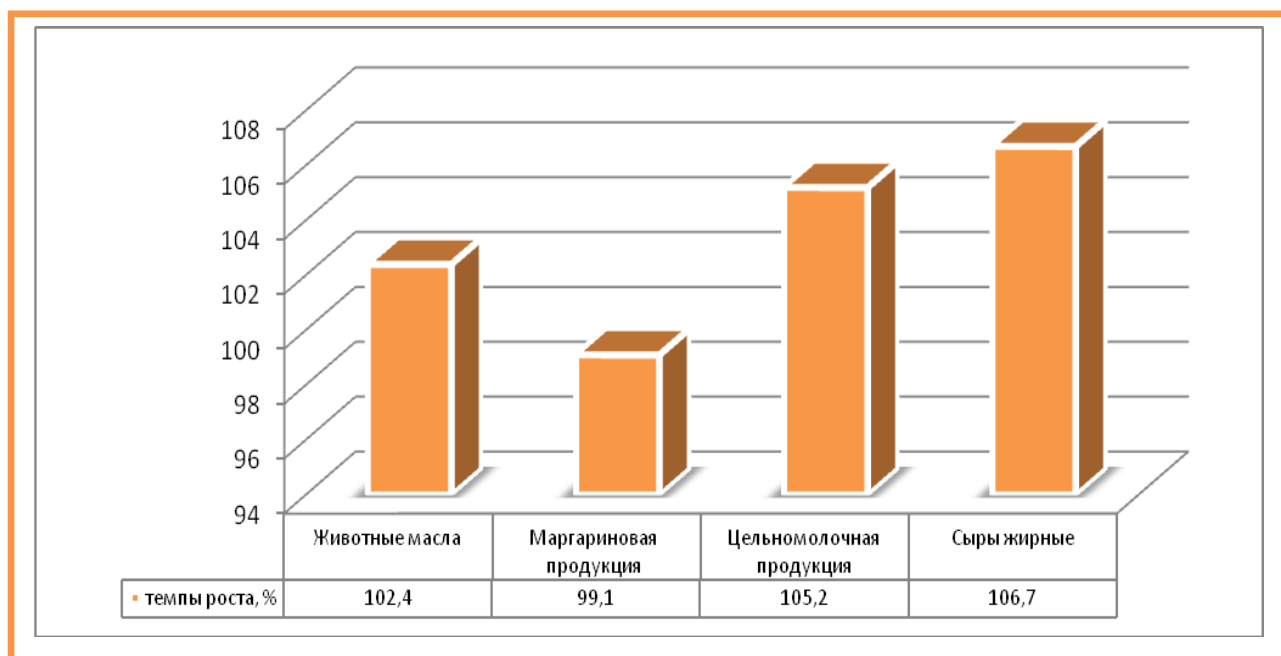


Рис. 7. Динамика темпов роста реализации основных видов молочной продукции в РФ в 2012 г. по сравнению с показателем 2011 г. (в сопоставимых ценах).

По физическому объему реализации основных видов молочной продукции показывают ежегодный рост на протяжении 2005-2012 г.г. по сравнению с показателем 2000г., рис.8.

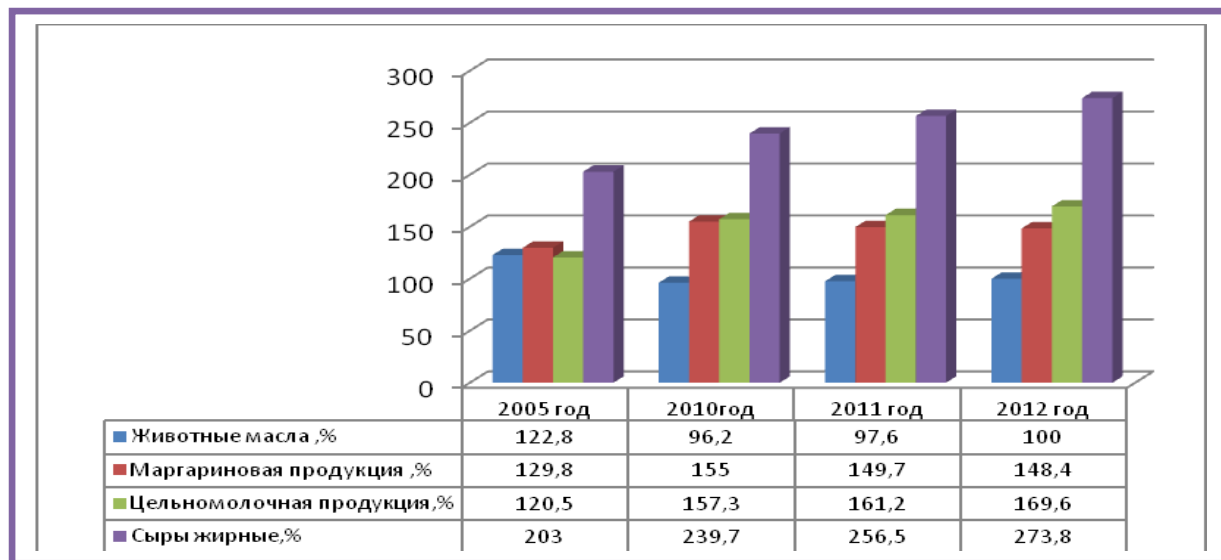


Рис.8. Индексы физического объема розничной продажи основных видов молочной продукции по сравнению с показателем 2000 г.

Однако, в 2010-2011г.г. объемы реализации животных масел снизились на 3,8% и 2,4% по сравнению с 2000 г. и темпы роста составили 96,2% и 997,6% соответственно. Существенный прирост наблюдается по сырам и по состоянию на 2012 г. темпы реализации сыров составили 273,8% по сравнению с тем же показателем 2000 г. Физический объем цельномолочной продукции вырос на 69,6% в 2012 г. по сравнению с показателем начала анализируемого периода.

Рассмотрим структуру реализации основных молочных продуктов в России по имеющимся данным за 2011 -2012 г.г. Наибольший удельный вес в общей структуре реализации молочной продукции приходится на йогурты и на протяжении анализируемого периода, удельный вес в общем объеме реализации молочной продукции составил 36,5% и 38,7% соответственно на 2011 г. и 2012 г.г.

Доля сыров и молоко питьевое по итогам реализации за 2012 г. составили 23,3% и 21,6% соответственно. Небольшой удельный вес приходится на реализацию молочных напитков, сметаны и творога, рис.9.

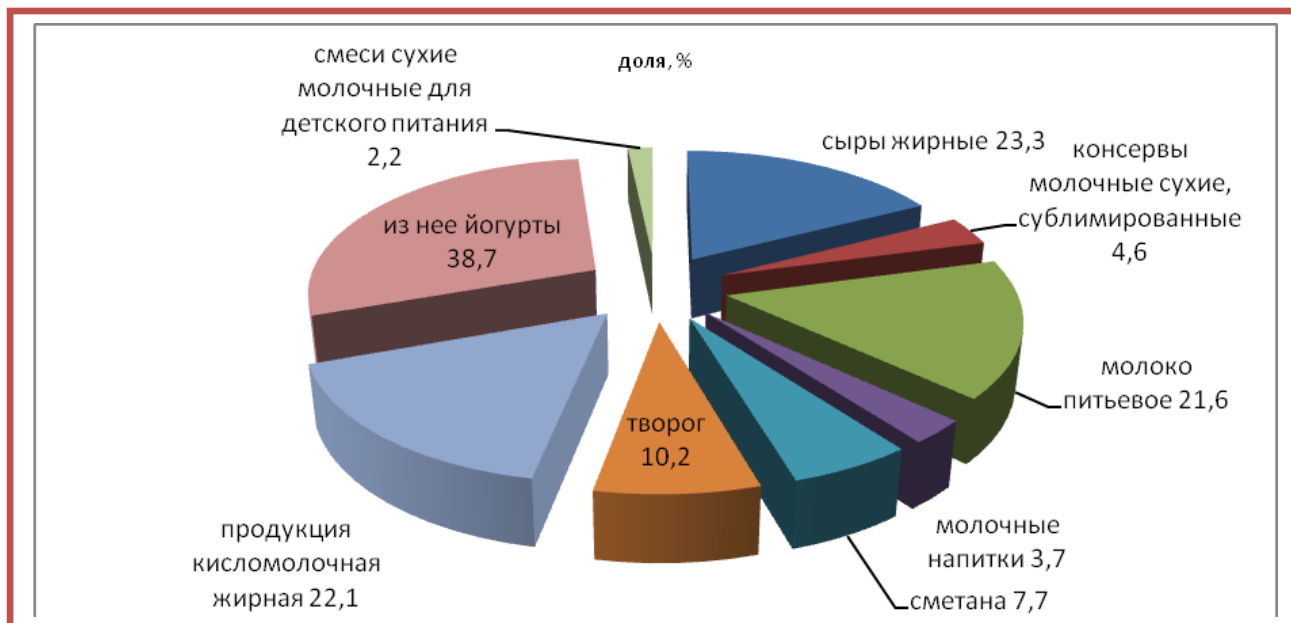


Рис.9. Структура реализации основных молочных продуктов в России в 2012 г.

Однако удельный вес в общем объеме реализации молочных продуктов по творогу, молочным напиткам и сметаны, увеличился. Увеличилась доля молока питьевого и консервов молочных и составила 21,6% и 4,6%, рис.10.

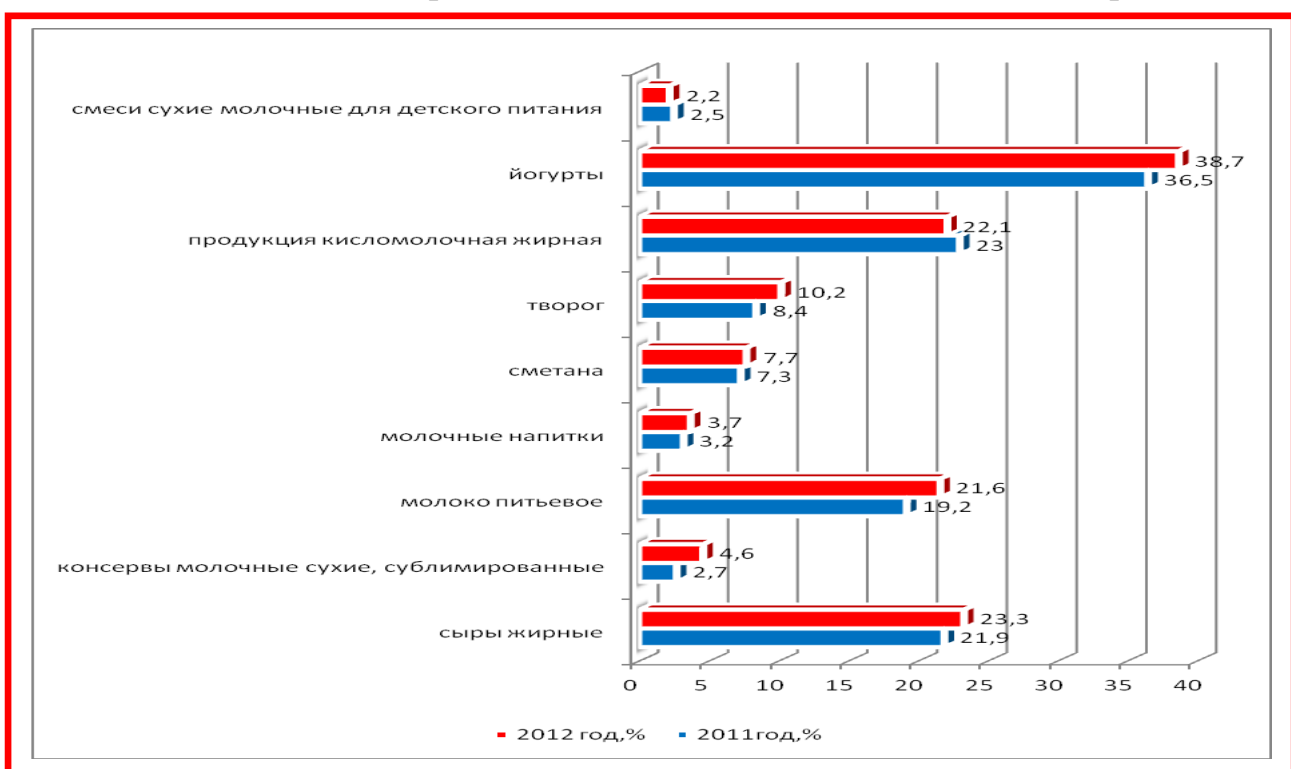


Рис. 10.Динамика структуры реализации основных молочных продуктов в России в 2011-2012г.г.

Снижение удельного веса в общем объеме реализации, произошло: по смесям сухим молочным и продукции кисломолочной и по состоянию на конец анализируемого периода доля продаж этих видов продуктов составила 2,2 % и 22,1% соответственно.

Интересной является статистика по реализации животных масел. В частности, по имеющимся данным, наибольший удельный вес в общем объеме реализации масел приходится на масло крестьянское и по итогам за 2012 г. доля продаж этого вида масла составила 34,5%, рис.11.

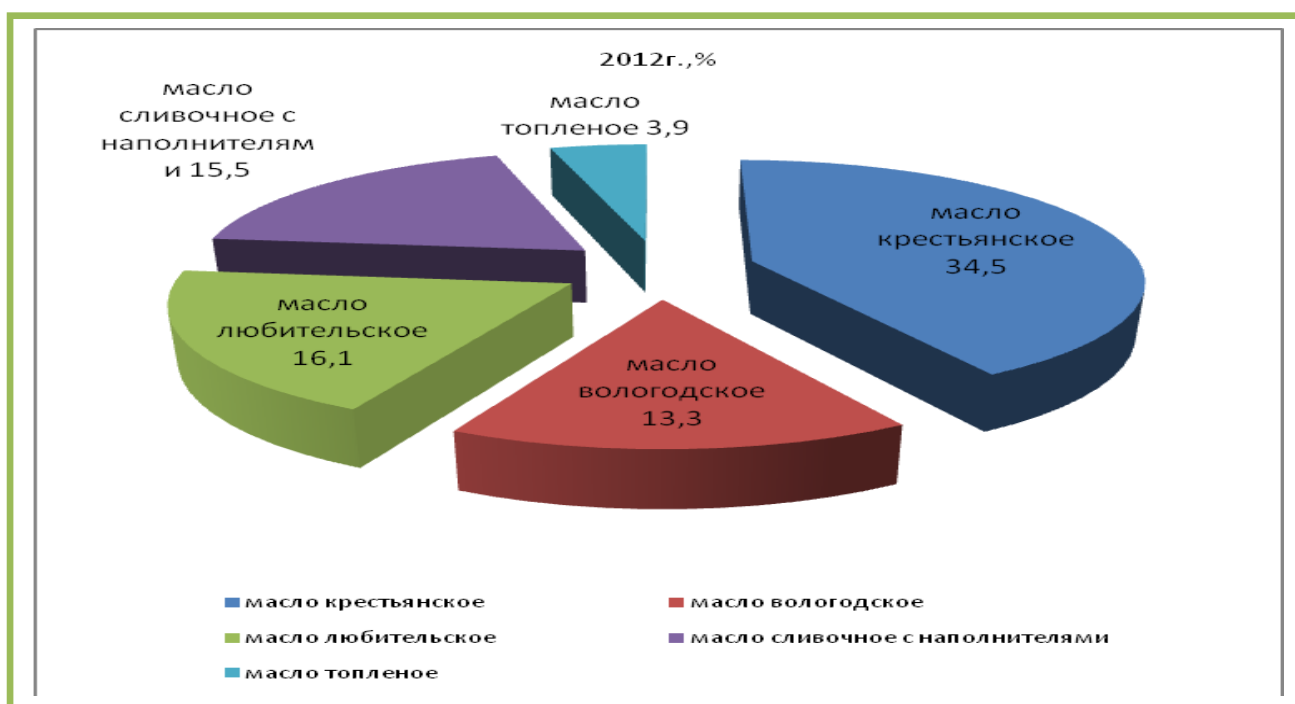


Рис. 11. Структура продаж животного масла по наименованиям в 2012 г.

В пределах 13-15% реализации приходится на масло вологодское, любительское, сливочное с наполнителями. Небольшая доля приходится на топленое масло и составляет 3,9%. Важно отметить, что за 2011-2012 г.г. наблюдается рост доли масла топленого на 1,1%, увеличилась также реализация масла вологодского и масло любительского на 7,6% и 6,7% соответственно. А вот реализация масла сливочного с наполнителями снизилась практически в два раза и доля продаж этого вида масла в 2012 г. составила 15,5%, рис.12.

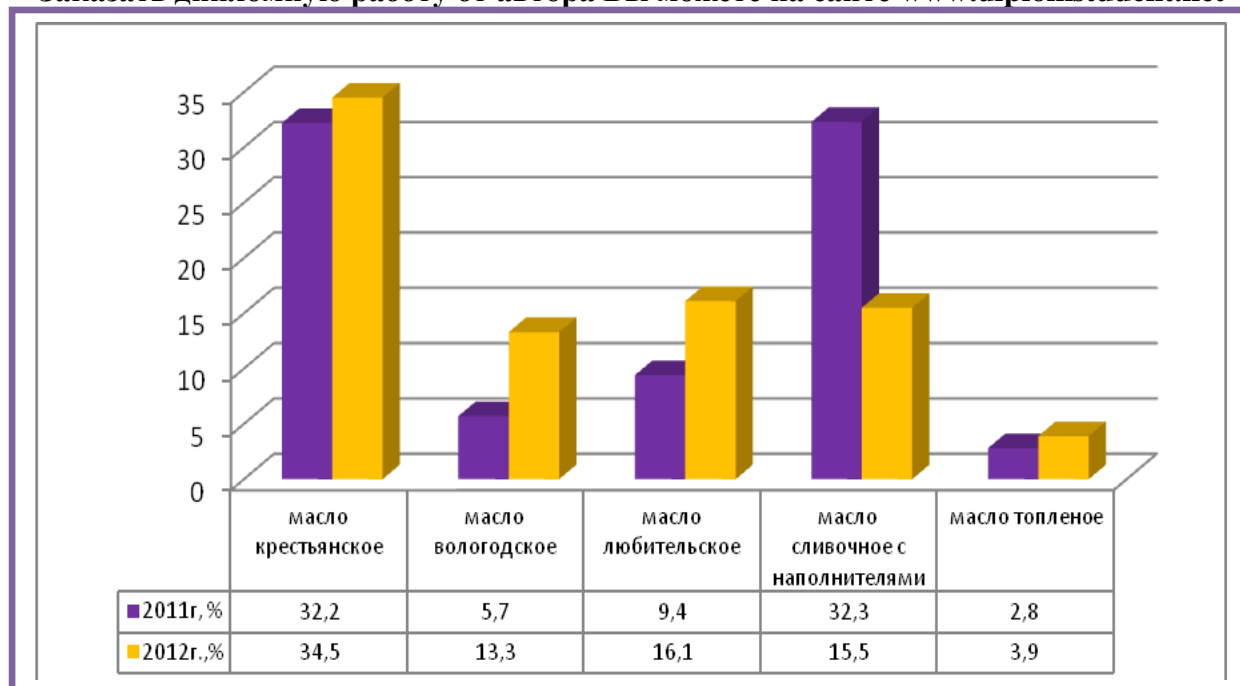


Рис. 12. Динамика структуры продаж животного масла в России по наименованиям в 2011-2012г.г.

Таким образом, проведенный выше анализ показал, что некоторые виды молочной продукции показывает рост в общем объеме продаж, некоторые, напротив снижаются. Для увеличения объемов продаж молочной продукции, важно производить качественный товар. Рассмотрим оценку качества молочной продукции по имеющимся данным (прил.).

На сегодняшний день существует множество нормативной документации по качеству молочной продукции. В частности, качество молочной продукции должно соответствовать существующим ГОСТам, а также Федерального закона от 12 июня 2008 года № 88-ФЗ «Технический регламент на молоко и молочную продукцию» (с изм. от 22 июля 2010 г.). Несмотря на существующие требования к качеству молочной продукции, ежегодно выявляется определенный процент товаров, не соответствующих показателям качества. Статистическая отчетность по качеству молочной продукции отечественного и импортного производства показывает, что большинство товаров не соответствуют качеству- это продукция отечественного производства. В частности в 2012 г. по маслу животному отечественного производства было

обнаружено 1,9% брака, в то же время процент брака масла животного импортного производства составил 0,3%, рис.13.

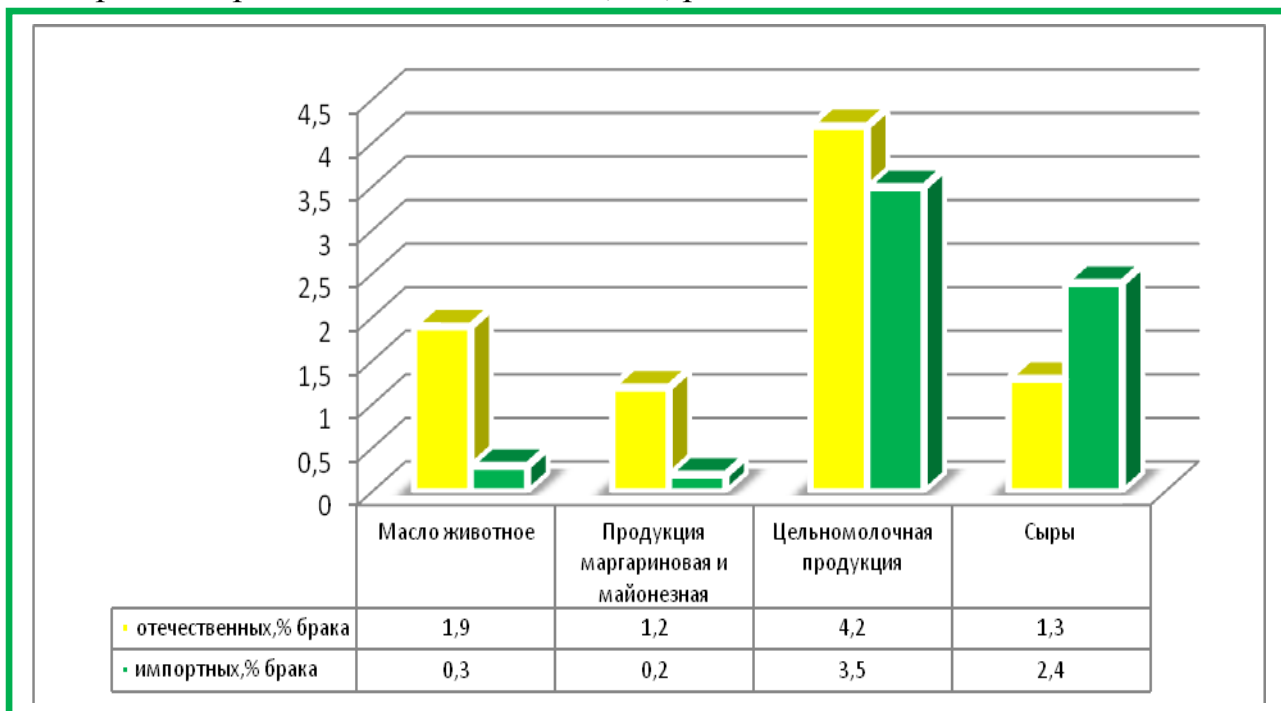


Рис. 13.Процент брака молочной продукции (из отобранных образцов) отечественного и импортного производства в 2012 г.

По продукции маргариновой и майонезной отечественного производства в 2012 г. было обнаружено 1,2% брака из отобранных проб, при этом по импортной продукции процент брака существенно ниже и составил 0,2%. Аналогичная ситуация наблюдается с цельномолочной продукцией. В частности по отечественной продукции было обнаружено 4,2% брака из отобранных образцов, а по импортной цельномолочной продукции процент брака составил 3,5%. Единственным видом продукции, по котором товары импортного производства хуже отечественных, это- сыры. В частности по итогам 2012 г. процент брака по сырам импортного производства составил 2.4%, при этом по отечественному сыру забракованные изделия составили 1,3%.

Важно отметить, что качество молочной продукции отечественного производства в 2012 г. существенно выше, чем в предыдущем. Так, в частности наблюдается снижение доли забракованной продукции по маслу животному и

продукции маргариновой на 1,7% и 0,7% соответственно. Снизился брак и по цельномолочной продукции на 1,3% , а по сырам отечественного производства наблюдается снижение брака на 2% , рис.14.

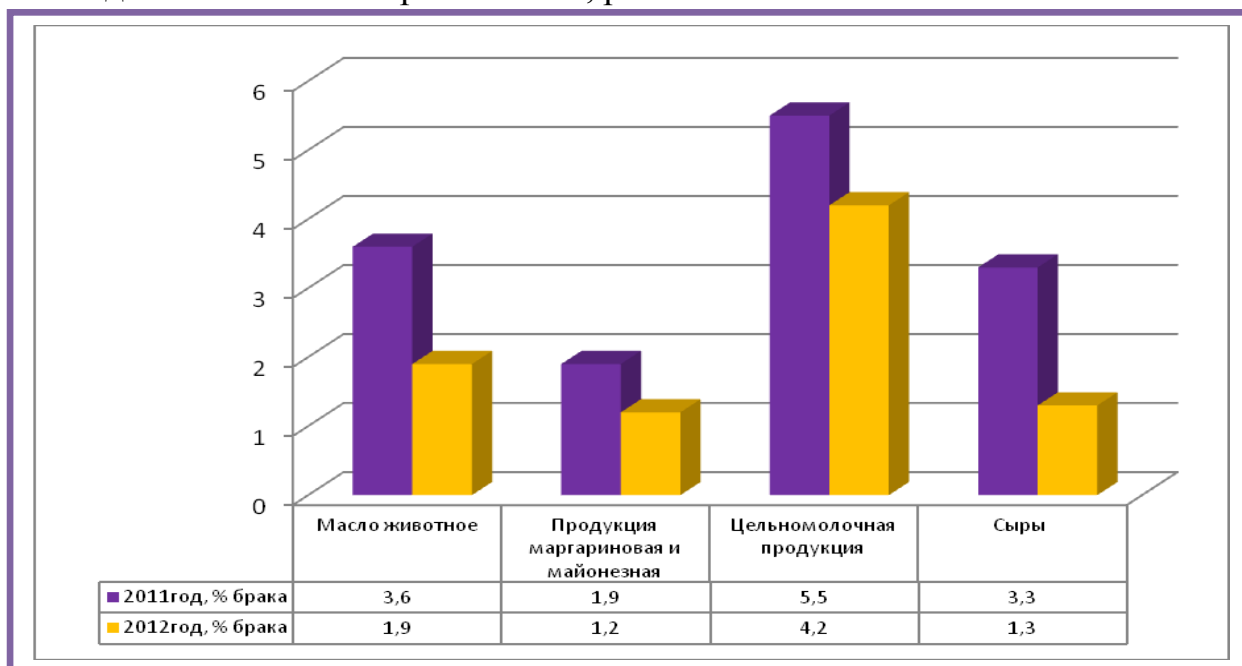


Рис. 14. Динамика качества молочной продукции отечественного производства в 2011-2012 г.г.

Следует отметить, что по импортным товарам: масло животное и продукция маргариновая и майонезная- качество товаров ухудшилось в 2012 г. по сравнению с показателем начала анализируемого периода, рис.15.

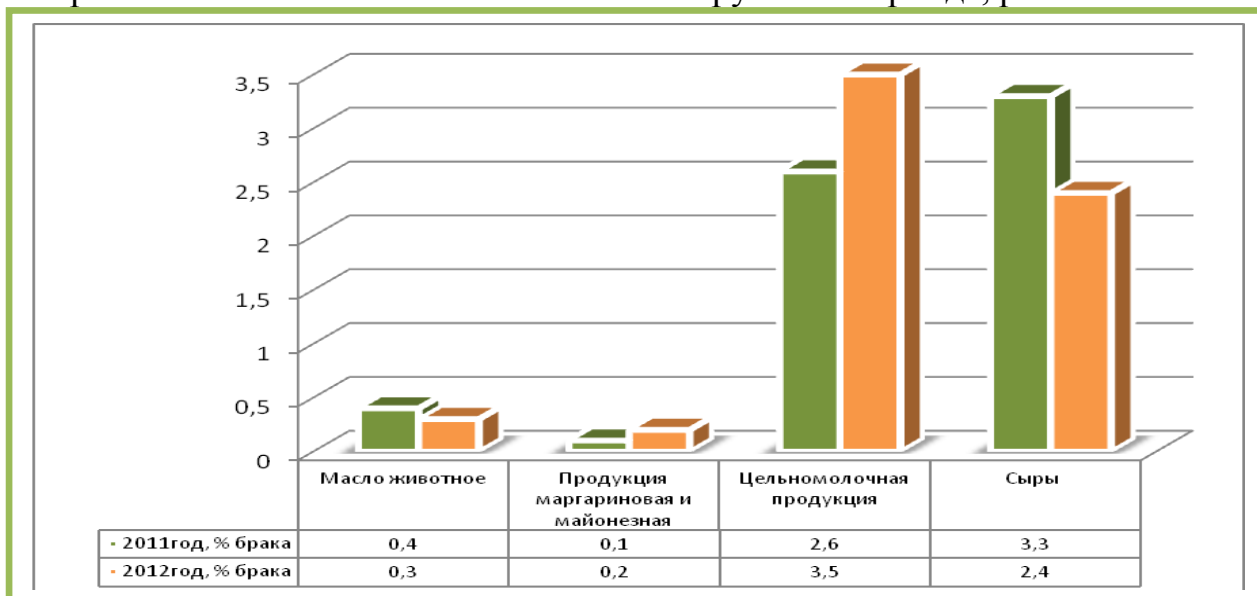


Рис. 15. Динамика качества молочной продукции импортного производства в 2011-2012 г.г.

Заказать дипломную работу от автора Вы можете на сайте www.diplomstudent.net

Таким образом, проведенный анализ показал, что молочная продукция отечественного производства значительно хуже по качеству по сравнению с молочной продукцией импортного производства, так как на протяжении анализируемого периода наблюдается, что доля забракованной отечественной молочной продукции существенно превышает долю брака молочной продукции импортного производства. Однако, положительным фактором следует считать что к 2012 г. качество молочной продукции отечественного производства улучшилось, что нельзя сказать о качестве импортной молочной продукции. Меньший процент брака наблюдается по продукции маргариновой и майонезной. От того, насколько качественным является молочный продукт, будет зависеть и цена реализации. Достаточно интересной является динамика потребительских цен на молочную продукцию в РФ, перейдем к рассмотрению этой части исследования.....