

**Кулагина Полина Андреевна**

студентка

Научный руководитель

**Каримова Айгуль Зуфаровна**

канд. биол. наук, доцент

Казанский кооперативный институт (филиал)

АНО ОВО ЦРФ «Российский университет кооперации»

г. Казань, Республика Татарстан

## АНАЛИЗ АССОРТИМЕНТА ШОКОЛАДА, РЕАЛИЗУЕМОГО В МАГАЗИНЕ

***Аннотация:** в статье представлен проведенный анализ ассортимента шоколада, реализуемого в торговом предприятии.*

***Ключевые слова:** ассортимент, шоколад.*

В настоящее время на полках наших магазинов разнообразие различных видов шоколада становится больше и больше. Исследования проведены по анализу ассортимента шоколада в одном из магазинов города Казани. Актуальность исследования заключается в том, что формирование ассортимента оказывает определенную роль на его конкурентоспособность.

Ассортиментный перечень шоколада, реализуемого в магазине достаточно широк. Рассмотрим его на примере плиточного шоколада, ассортимент и показатели которого представлены в таблице 1.

Таблица 1

Ассортимент шоколада в магазине

Показатели	Классификационный признак по ГОСТ 31721									
	молочный	несладкий	горький	темный	белый	пористый	с начинкой	с крупными добавлениями	с тонкоизмельченными добавлениями	Итого

Количество наименований	16	4	17	10	4	6	6	35	32	130
Удельный вес, %	12,3	3,07	13,07	7,8	3,07	4,6	4,6	29,9	24,5	100

Из таблицы видно, что шоколад с тонкоизмельченными добавлениями и шоколада с крупными добавлениями больше всего представлено в ассортименте, чем других видов. Это объясняется тем, что в настоящее время наибольшей популярностью пользуется шоколад с различными добавками. На втором месте находятся молочный и горький шоколад. Горький шоколад приобрел в последнее время большую актуальность в свете того, что многие современные потребители стараются придерживаться так называемого правильного питания. Горький шоколад признается более полезным. Не снижает свои позиции – молочный шоколад, который также остается всеми любимым видом шоколада. Меньше всего представлен так называемый несладкий шоколад, т.е. шоколад, который не содержит сахара или подсластителей.

Полнота ассортимента – это соответствие фактического наличия видов шоколада существующему перечню.

Полнота ассортимента шоколада в магазине составила

$$P_d = 130, P_6 = 136.$$

Коэффициент полноты товаров –  $K_n = 130/136 \times 100 = 95,5\%$ , что говорит о достаточной полноте ассортимента в магазине.

Широта действительная для рассматриваемого магазина составляет 9 наименований марок различных видов шоколада плиточного. Широту базовую вычислили из общего перечня поставщиков, предлагающих свою продукцию и перечня, с которыми работает данный магазин.

$Ш_6 = 9$  наименований плиточного шоколада.

Таким образом, коэффициент широты будет равен  $K_{ш} = (9/9) \cdot 100\% = 100\%$ , что говорит о большом ассортиментном перечне в магазине, т.к. данная сеть сотрудничает со многими поставщиками.

Коэффициент устойчивости ассортимента ( $K_y$ ) говорит об удовлетворении одинаковых потребностей потребителей набором товаров однородной группы. В нашем случае он составил 55%

$$K_y = 5/9 \times 100\% = 55\%.$$

Коэффициент устойчивости показывает, что 55% товаров пользуются постоянным спросом у покупателей.

Вывод: изучив полученные данные, можно говорить о том, что в магазине представлен плиточный шоколад в большом ассортименте ( $K_{ш}=100\%$ ). На прилавках магазина присутствуют все виды плиточного шоколада. При этом, 55% товаров пользуются постоянным спросом у покупателей.

Достаточно полно покупателю предлагается такая продукция, как шоколад с крупными добавлениями, шоколад с тонкоизмельченными добавлениями, молочный и горький, что объясняется увеличенным спросом на продукцию. В узком ассортименте покупателю предлагается несладкий шоколад. Объяснение этому – не востребованность данного вида шоколада.

### ***Список литературы***

1. ГОСТ 31721-2012 Шоколад. Общие технические условия. Введ. 1975–01–01. – М.: Стандартинформ, 2016. – 24 с.

2. Карасев В.Р. Экспертиза качества кофе / В.Р. Карасев, А.З. Каримова // Материалы III Всероссийской научно-практической конференции молодых ученых (Иркутск, 26–27 ноября 2020 г.) / ФГБОУ ВО «ИГУ». – Иркутск: Издательство ИГУ, 2021. Вып. 15. – С. 59–63.

3. Мандрейкина К.В. Идентификация и фальсификация печенья, реализуемого в магазине «Пятерочка» / К.В. Мандрейкина, А.З. Каримова // Материалы III Всероссийской научно-практической конференции молодых ученых (Иркутск, 26–27 ноября 2020 г.) / ФГБОУ ВО «ИГУ». – Иркутск: Издательство ИГУ, 2021. Вып. 15. – С. 94–97.

4. Носков Д.А. Идентификация и фальсификация черного чая «Майский» /Д.А. Носков, А.З. Каримова // Материалы III Всероссийской научно-практической конференции молодых ученых (Иркутск, 26–27 ноября 2020 г.) / ФГБОУ ВО «ИГУ». – Иркутск: Издательство ИГУ, 2021. Вып.15. – С. 108–111.