

УДК 339.138

**КЛЮЧЕВЫЕ АСПЕКТЫ АССОРТИМЕНТНОЙ ПОЛИТИКИ
ЩУЧИНСКОГО ФИЛИАЛА ОАО «МОЛОЧНЫЙ МИР»**

Хмельницкая Екатерина Васильевна, старший преподаватель

Полесский государственный университет

Khmel'nitskaya Katsiaryna Vasilievna, Senior Lecturer

Polesky State University, khmel'nitskaia.e@polessu.by

Аннотация. В статье рассмотрены результаты исследования ассортиментной политики Щучинского филиала ОАО «Молочный Мир» и выделены направления, на которые следует обратить особое внимание руководству филиала для повышения эффективности данного направления.

Ключевые слова: товарный ассортимент, ABC-анализ, ZXY-анализ, BCG-анализ, сопутствующий ассортимент, обновление ассортимента.

Основная цель предпринимательской деятельности – получение прибыли за счет удовлетворения потребностей клиентов с помощью высококачественных торговых услуг. Необходимо продавать товары таким образом, чтобы любая деловая операция могла обеспечить максимально возможный уровень прибыли; минимизировать операционные риски; и постоянно укреплять позиции торговых предприятий на рынке. Эффективная деятельность деловых партнеров обеспечивает стабильное финансовое положение предприятия и его конкурентоспособность. Для этого постоянно должны проводиться маркетинговые исследования.

Одним из важнейших направлений маркетинговых исследований является определение ассортиментной политики промышленных предприятий. Понятие ассортимента товаров включает в себя совокупность их видов, разновидностей и сортностей, объединенных или комбинируемых по определенному признаку.

Предприятие Щучинский филиал ОАО «Молочный Мир» является современным высокопроизводительным предприятием, крупнейшим в Республике Беларусь.

Основной деятельностью Щучинского филиала ОАО «Молочный Мир» является торговля продуктами, а именно: производство и торговля фасованным твёрдым и мягким сыром и маслом, творогом, концентратом сывороточного белка.

Ассортимент продукции, производимой Щучинским филиалом ОАО «Молочный Мир», охватывает следующие товарные группы:

- 1) сыры полутвёрдые (жирные, нежирные);
- 2) сыры мягкие;
- 3) масло сладкосливочное;
- 4) продукты вторичной переработки (сыворотка молочная сухая деминерализованная, продукт сухой сывороточный концентрат сывороточный, белковы).

Используя, традиционные технологии на современном высокопроизводительном оборудовании, на предприятии производится более 30 видов полутвёрдых сыров 45% и 50% жирности. Для лучшего анализа товарного ассортимента проведен ABC и XYZ-анализ основных товарных позиций, а также построена их совмещенная матрица, и BCG-анализ.

По проделанным исследованиям можно сделать вывод, что к категории AX относятся сыр «Маасдам», продукт сухой сывороточный, КСБ эти товары обладают высокой потребительской стоимостью. К категории AY относится сыр «Тильзитер Голд», сыр «Барин» с ароматом топленого молока, сыр «Голландский Люкс», сыр «Королева Марго», к ВХ относится сыр баварский с пажитником, товары в этих категориях также необходимо производить в большом объёме (таблица 1).

Таблица 1. – Свободная матрица ABC и XYZ-анализа

	X	Y	Z
A	Сыр «Маасдам», продукт сухой сывороточный, КСБ	Сыр «Тильзитер Голд», сыр «Барин» с ароматом топленого молока, сыр «Голландский Люкс», сыр «Королева Марго»	-
B	Сыр баварский с пажитником	Масло сладкое несолёное "Крестьянское"	Сыр мягкий с ароматом топленого молока, масло сладкое несоленое «Белорусское»
C	-	-	Сыр мягкий «Белорусский клинковый», масло весовое

Примечание – Источник: собственная разработка на данных филиала

К категории BZ относятся: сыр мягкий с ароматом топленого молока, масло сладкое несоленое «Белорусское», эти товары характеризуются средней потребительской стоимостью, низкой степенью надёжности из-за нестабильности потребления. Товары CZ – это сыр мягкий «Белорусский клинковый», масло весовое эти товары обладают низкой потребительской стоимостью, низкой степенью надёжности. Можно сделать вывод о том, что производство сыра «Маасдам», продукт сухой сывороточный, КСБ можно наращивать, в то время как производство сыра мягкого «Белорусский клинковый», масла весового можно сократить до минимума или вывести из производственного процесса.

Также, для более точного анализа товарного ассортимента проведён BCG-анализ, результаты которого представлены на рисунке.

По результатам исследования можно сделать вывод, что к товарам категории «Звёзды» относятся: сыр Сыр «Маасдам», продукт сухой сывороточный. «Звёзды» – товары, занимающие лидирующее положение в быстро развивающейся от-

расли. Они приносят значительную прибыль, но одновременно требуют значительных объемов ресурсов для финансирования продолжающегося роста.

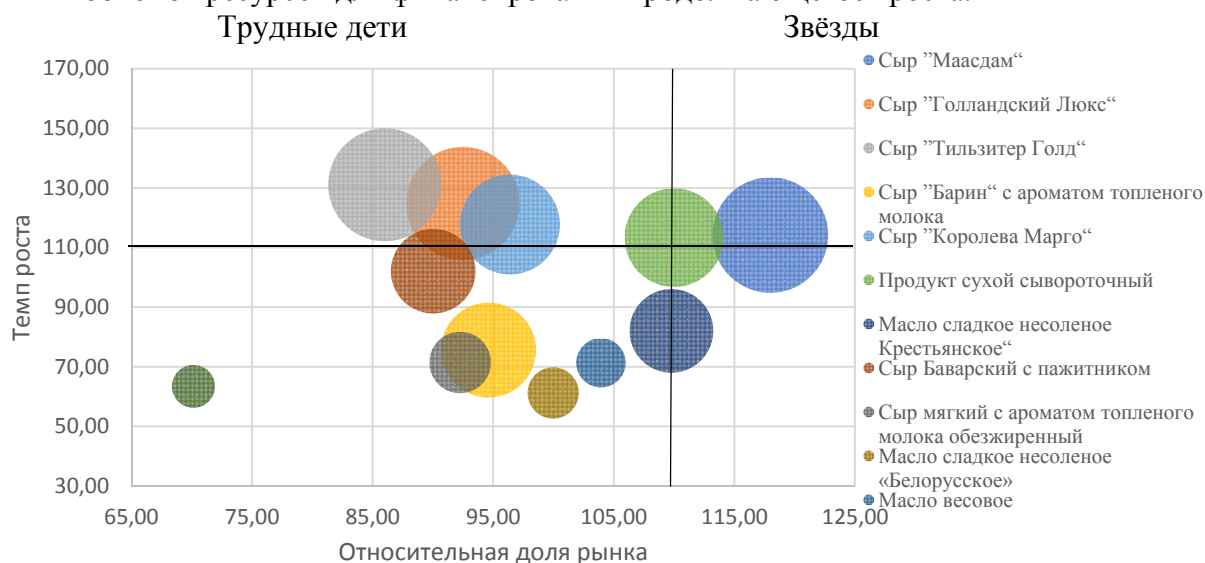


Рисунок – BCG-матрица товарного ассортимента Щучинского филиала ОАО «Молочный Мир»

Примечание – Источник: собственная разработка на основе данных филиала

«Дойные коровы» – масло сладкое несоленое крестьянское, масло весовое, занимающие лидирующее положение в относительно стабильной или сокращающейся отрасли. Поскольку сбыт относительно стабилен без каких-либо дополнительных затрат, то этот продукт приносит прибыли больше, чем требуется для поддержания его доли на рынке. Производство продукции такого типа является генератором средств для всего предприятия, т.е. для оказания финансовой поддержки.

«Собаки» – сыр мягкий «Белорусский клинковый», сыр мягкий с ароматом топленого молока обезжиренный, сыр «Барин» с ароматом топленого молока, масло сладкое несоленое «Белорусское», сыр Баварский с пажитником, товары характеризуются ограниченным объемом сбыта в сложившейся или сокращающейся отрасли.

«Трудные дети» – к этой категории относятся сыр «Тильзитер Голд», сыр «Голландский Люкс», сыр «Королева Марго», требуют больших средств для поддержания доли рынка и, естественно, еще больших средств для дальнейшего увеличения этой доли.

Для более полного понимания ассортимента Щучинского филиала ОАО «Молочный Мир» определены показатели товарных групп, представленные в таблице 2.

Таким образом, из таблицы 2 видно, что наибольшее число товарных позиций на предприятии Щучинский филиал ОАО «Молочный Мир» – сыры полутвердые. Наименьшее – сыры мягкие.

Таблица 2. – Ассортимент предприятия Щучинского филиала ОАО «Молочный Мир»

Товарная группа	Количество товарных позиций, шт	Удельный вес, %	Доля продаж продукции, %
Сыры полутвердые	15	66,7	50
Сыры мягкие	2	5,1	5
Масло сладкосливочное	4	10,3	10
Продукты вторичной переработки	7	17,9	35
Всего	28	100	100

Примечание – Источник: собственная разработка на основе данных филиала

Ассортимент продукции на предприятии Щучинский филиал ОАО «Молочный Мир» небольшой. Наблюдается средний уровень появления новинок в ассортименте. Что касается спроса на товары, то спрос на полутвердые сыры и продукт вторичной переработки высокий и удовлетворен не полностью. Это говорит о возможном росте предприятия Щучинский филиал ОАО «Молочный Мир».

По результатам исследования можно выделить несколько основных проблем в товарном ассортименте предприятия Щучинский филиал ОАО «Молочный Мир», а именно: выпуск плохо реализуемых товаров, такие как: масло сыр мягкий «Белорусский кленовый», сыр мягкий с ароматом топленого молока, масло сладкое несоленое «Белорусское» а также масло весовое; средняя активность в выпуске новинок; дефицит товаров, а именно: сыров полутвердых и молочных продуктов вторичной переработки; нехватка сладкой молочной продукции с большим содержанием белка и маленьким содержанием сахара.

Для решения выявленных проблем в ассортиментной политике предприятия можно предложить следующие мероприятия:

- 1) производство протеинового глазированного сырка, который решит проблему нехватки сладкой молочной продукции, а также, будет новинкой, что увеличит уровень новизны ассортимента предприятия Щучинский филиал ОАО «Молочный Мир»;
- 2) увеличение производства концентрата сывороточного белка и добавления продукции с новым вкусом, что решит проблему дефицита КСБ на предприятии, а также, продукт будет новинкой в ассортименте;
- 3) производство топленого масла ГХИ, с помощью этой продукции, можно решить проблему затоваривания склада сливочным несоленным маслом, также расширится круг потребителей, и увеличится уровень новизны ассортимента предприятия.