

сбыт» смогут возместить среднеотраслевые затраты и обеспечить рентабельную работу без господдержки. Таким образом, можно предложить в такой цепочке удельный вес организаций лесного хозяйства — 60 %, перерабатывающих предприятий — 30 %, торговли — 10 % [3, с. 47].

Литература

1. *Воробьев, И. П.* Экономика организации (предприятия) : курс лекций / И. П. Воробьев, Е. И. Сидорова. — Минск : Беларус. навука, 2012. — 408 с.
2. *Каштелян, Т.* Ценообразование и государственно-частное партнерство в лесном хозяйстве / Т. Каштелян // Экономика. Финансы. Управление. — 2013. — № 2. — С. 33—37.
3. *Сидорова, Е. И.* Направления совершенствования системы формирования цен на продукцию ЛПК и АПК / Е. И. Сидорова // Аграрная экономика. — 2013. — № 7. — С. 40—48.

М.Ю. Крезо

БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — Ю.Е. Анкинович

АНАЛИЗ ПРОИЗВОДСТВЕННОГО АССОРТИМЕНТА ОАО «КРИНИЦА»

ОАО «Криница» — одно из крупнейших предприятий по выпуску пива, безалкогольных напитков, воды, кваса и сухих концентратов в нашей стране. Однако за последние 7 лет доля данного предприятия на внутреннем рынке сократилась с 31,9 до 18,1 %. В рамках научного исследования был проведен расчет показателей производственного ассортимента. В качестве базы для сравнения выбран производственный ассортимент ОАО «Лидское пиво» в связи с близким значением занимаемой доли на рынке (20,9 %).

Получены следующие результаты:

1. Показатели широты, длины и насыщенности ассортимента у обеих организаций совпадают, следовательно, предприятия выпускают одинаковое количество видов продукции, подгрупп товаров и типосорт-размеров.

2. Коэффициент глубины ассортимента по подгруппе «светлое пиво» равен 1,08 — количество разновидностей продукции в данной подгруппе у ОАО «Криница» на 8 % больше, чем у ОАО «Лидское пиво». По ассортиментной подгруппе «темное пиво» коэффициент глубины равен 0,75 — ассортимент темного пива у ОАО «Лидское пиво» глубже, чем у ОАО «Криница», на 25 %.

3. Коэффициент соответствия спросу по глубине составил: по светлomu пиву — 0,87, по темному — 0,6. Следовательно, ассортимент ОАО «Криница» не полностью удовлетворяет потребительский спрос.

БДЭУ. Беларускі дзяржаўны эканамічны ўніверсітэт. Бібліятэка.

147

БГЭУ. Белорусский государственный экономический университет. Библиотека.°

BSEU. Belarus State Economic University. Library.

<http://www.bseu.by elib@bseu.by>

4. Значение коэффициента развития ассортимента 1, следовательно, ассортимент предприятия стабилен.

5. Удельный вес новой продукции в объеме продаж за 2014 г. равен 21 %, что является высоким показателем.

Для более детального анализа ассортимента был проведен ABC-XYZ-анализ. В группах ВХ, СХ, АУ, АЗ и ВЗ товары отсутствуют. В группу АХ вошли Криница Классическое, Криница Мощное и Александрия. Данные товары производятся более 10 лет и хорошо зарекомендовали себя на рынке, этим и объясняется их доля в общем объеме продаж.

В группу ВУ входят следующие позиции: Stara Pivnice Svetle, Криница Старожитное, Криница Светлое, Kult, Stara Pivnice Cerne и Kaltenberg Pils. Данные товары составляют 29 % объема продаж и при высоком товарообороте имеют недостаточную стабильность продаж.

В группу СУ входит пиво URBAN BEER и Криница Портер. Их объем продаж составляет 3,2 % общего и имеет недостаточную стабильность.

В группу CZ вошло пиво Криница Экспортное, Жигулевское бочковое, Динамо Айс, Динамо и Александрия N·A. Жигулевское бочковое, Динамо Айс и Александрия N·A. Это новые товары, которые пока не получили достаточной маркетинговой поддержки и мало знакомы потребителю.

Выводы:

1) лидерами в ассортименте являются давно введенные в производство позиции;

2) новые ассортиментные позиции вносят небольшой вклад в общий объем продаж;

3) необходимо усилить маркетинговую поддержку при выводе новых продуктов на рынок;

4) ассортимент не полностью соответствует спросу потребителей;

5) необходимо оптимизировать производственный ассортимент ОАО «Криница».

Литература

Карпеко, О. И. Промышленный маркетинг : учеб. пособие / О. И. Карпеко. — Минск : БГЭУ, 2010. — 415 с.

Сак, А. В. Оптимизация маркетинговых решений : учеб. пособие / А. В. Сак, В. А. Журавлев. — Минск : Изд-во Гревцова, 2010. — 304 с.

БДЭУ. Беларускі дзяржаўны эканамічны ўніверсітэт. Бібліятэка.
БГЭУ. Белорусский государственный экономический университет. Библиотека.°.

BSEU. Belarus State Economic University. Library.

<http://www.bseu.by/elib@bseu.by>