

УПРАВЛЕНИЕ АССОРТИМЕНТОМ НА ОСНОВЕ МАРКЕТИНГОВОГО ПОДХОДА

Продуманная ассортиментная политика является гарантом сохранения конкурентных позиций предприятия на рынке. Проведенные исследования показали, что наиболее актуальным направлением расширения ассортимента производимой продукции ОАО «Минский молочный завод № 1» является разработка и производство новых видов продуктов, ориентированных на удовлетворение разнообразных запросов и предпочтений потребителей.

Установлено, что в настоящее время все большее количество потребителей заботится о своем здоровье и питании. Из-за непереносимости лактозы, аллергии на молоко животного происхождения, а также озабоченности проблемой изменения климата наблюдается отказ от традиционного молока в пользу растительного.

С целью изучения востребованности молока растительного происхождения потребителями и определения целевых сегментов потенциальных покупателей в разрезе социальных признаков и дифференциации доходов нами проведено поисковое маркетинговое исследование, включающее изучение уровня представленности данной продукции в розничных торговых точках г. Минска, а также онлайн-анкетирование населения Республики Беларусь. Преимущество данного метода опроса заключается в практичности, масштабируемости и низкой стоимости.

В процессе исследований установлено, что молоко растительного происхождения представлено в 32 розничных торговых точках из 40 исследуемых (80 %). Основными поставщиками являются российские и украинские производители. В исследуемых торговых точках по уровню представленности лидеры предприятия-поставщики расположились в следующей последовательности: ОАО «Сады Придонья» (43,4 %), АО «Данон» (26,2 %), ООО «Объединение «Союзпищепром» (13,1 %), СП «Витмарк-Украина» ООО (10,9 %).

Анализ анкетных данных позволил установить, что 74,8 % респондентов осведомлены о существовании молока растительного происхождения, 41,9 % опрошенных потребляли данный продукт, 29,9 % готовы его попробовать. Активными потребителями исследуемого продукта выступают респонденты возрастной группы 18–25 лет, в основном студенты, ежемесячный уровень доходов которых составляет 400–600 руб.

Среди наиболее значимых факторов, влияющих на выбор респондентов при приобретении растительного молока, оказались срок хранения, состав и цена. А упаковка и марка продукции не являются определяющими.

Результаты проведенных исследований позволяют делать прогнозы принципиальных изменений потребления продуктов питания на продовольственном рынке в ближайшей перспективе. Причем потребление молока растительного происхож-

дения будет расти как за счет увеличения количества новых потребителей, так и за счет повышения частоты потребления постоянными покупателями.

Для сохранения конкурентных позиций на рынке, а также повышения эффективности функционирования ОАО «Минский молочный завод № 1» целесообразно диверсифицировать существующий ассортиментный портфель и освоить производство молока растительного происхождения, для которого на предприятии имеются технологические возможности и оборудование. Таким образом, ОАО «Минский молочный завод № 1» станет первым белорусским производителем растительного молока, что позволит укрепить конкурентные позиции на рынке.