

## УВЕЛИЧЕНИЕ ОБЪЕМОВ ПРОДАЖ МАРМЕЛАДА ОТЕЧЕСТВЕННОГО ПРОИЗВОДСТВА В ТЦ «КОРОНА» С ПОМОЩЬЮ ПЛАНОГРАММЫ

Стасевич И.П., Лось В.С.

Могилевский государственный университет продовольствия  
г. Могилев, Беларусь

На протяжении нескольких лет на рынке пастильно-мармеладных изделий наблюдается положительная динамика. Рынок мармелада растет – за последние несколько лет в этом сегменте появились интересные оригинальные предложения, потребительский интерес к сегменту усилился. Можно отметить интерес покупателей к мармеладу как постному продукту – во время поста происходит явный и достаточно серьезный всплеск спроса – в 3-4 раза.

На рынке каждый день появляются все новые и новые компании, которые привлекают потребителей своей яркой и разнообразной продукцией. Динамика импорта за последние несколько лет значительно превышает динамику экспорта, а потому импортный мармелад успешно покоряет белорусский рынок, не испытывая при этом особого сопротивления. Однако, как и любая страна, Беларусь заинтересована, прежде всего, в реализации собственной продукции.

Целью проведения исследования явилось увеличение объемов продаж мармелада отечественного производства в ТЦ «Корона» г. Бобруйска. Как показал опрос, 65% покупателей ТЦ «Корона» предпочитают мармелад исключительно отечественного производства и только 28% – зарубежного. Причем, абсолютным лидером по предпочтениям оказалась местная фабрика «Красный пищевик».

ОАО «Красный пищевик» является лидером в Республике Беларусь среди фирм-производителей. Оно лидирует сразу в двух товарных группах: мармелад и жевательный мармелад – 54,5% и 31,8% рынка, соответственно. Вся продукция «Красного пищевода» изготавливается с использованием натурального сырья, поэтому все изделия этой фабрики обладают уникальными вкусовыми качествами, пищевой и биологической ценностью.

Увеличение объема продаж товара – это гарант успеха в торговле. Данный показатель находится под влиянием многих факторов. Было принято решение повысить его с помощью инструментов мерчандайзинга, в том числе планограммы, так как в ней учитываются основные характеристики товара и методы его выкладки на полках магазина.

В торговом зале ТЦ «Корона» под кондитерскую продукцию отведен комбинированный стеллаж «Маркет». По действующей планограмме мармелад, зефир, пастила и ирис, как отечественного, так и зарубежного производства, находятся все вместе на одном стеллаже, что не является эффективным.

Было предложено расширить ассортимент мармелада производства фабрики «Красный пищевик» и разместить его отдельно от зефира, пастилы и ириса, а вместо горизонтальной выкладки применить вертикальную.

Новая планограмма позволит более эффективно управлять ассортиментом, планировать объемы товарных запасов, а также будет способствовать удовлетворению спроса покупателей и продвижению мармелада отечественного производителя «Красный пищевик». Использование эффективных планограмм может увеличить прибыль торгового объекта от 10% до 25% в зависимости от сложившейся ситуации.