

Сокол Д. В.

МОУ ВО «Белорусско-Российский университет»

dasha.sokol.04@mail.ru

Научный руководитель: ст. пр. Климова Л. А.

Оценка конкурентоспособности ассортиментного портфеля ОАО «Могилевская фабрика мороженого»

Для оценки конкурентоспособности ассортиментного портфеля мороженого ОАО «Могилевская фабрика мороженого» использовались количественные показатели – индекс напряженности и индекс концентрированности [1]:

Оценка концентрации и напряженности ассортиментного портфеля мороженого в разрезе наименований представлена в Таблице 1.

Таблица 1

**Концентрированность и напряженность ассортиментного портфеля мороженого
в разрезе наименований**

Номер группы	Вид мороженого	Объем продаж, тыс. р.	Удельный вес группы, %	Квадрат удельного веса
1	«Лева» в вафельном стаканчике»	4519,52	32,64	1065,52
2	«Выросли-поняли»	3048,11	22,01	484,66
3	«Лева» на бисквитах»	1459,50	10,54	111,12
CR3- концентрированность по первым трем позициям		-	65,20	-
4	«Лева» Суфле»	1241,10	8,96	80,35
5	«Творожко-морожко»	1228,13	8,87	78,68
6	«Лева» многослойное»	1049,60	7,58	57,47
7	«Ирис кис-кис»	461,76	3,34	11,12
8	«Большой рожок»	280,24	2,02	4,10
9	«Вареная сгущенка»	193,20	1,40	1,95
10	«Щербет»	138,98	1,00	1,01
CR10 – концентрированность по первым десяти позициям		-	98,37	-
11	«Десерт замороженный»	133,38	0,96	0,93
12	«Березовый сок-лимон»	92,09	0,67	0,44
НИИ - индикатор напряженности (индекс Харфиндела–Хиршмана)		-	-	1897,34

По проведенным расчетам можно сделать вывод, что ассортиментный портфель ОАО «Могилевской фабрики мороженого» является высококонцентрированным:

- индекс концентрированности по первой позиции (CR1) выше норматива на 1,64 %;
- индекс концентрированности по первым двум позициям (CR2) выше норматива на 10,65 %;
- индекс концентрированности по первым трем позициям (CR3) выше норматива на 11,2 %;
- индекс концентрированности по первым четырем позициям (CR4) выше норматива на 11,16 %;
- индекс концентрированности по десяти параметрам (CR10) выше норматива на 28,37 %.

Также ассортиментный портфель ОАО «Могилевская фабрика мороженого» является высоконапряженным, о чем свидетельствует превышение фактического индекса Харфиндела–Хиршмана (НИИ) нормативное значение на 97,34 пункта.

Такая ситуация является небезопасной для предприятия, поскольку даже незначительное изменение конъюнктуры рынка мороженого может существенно повлиять на финансовые результаты деятельности компании как в долгосрочной, так и даже в краткосрочной перспективе, а у руководства предприятия может оказаться недостаточно времени для принятия управленческих решений, планирования и реализации маркетинговых программ по своевременной корректировке ассортиментного портфеля. Поэтому в самой ближайшей перспективе необходимо разработать доступные мероприятия по повышению конкурентоспособности ассортиментного портфеля предприятия за счет снижения его концентрированности и напряженности, а именно – уменьшения в объемах продаж доли первых позиции («мороженое «Лева» в вафельном стаканчике», «Выросли-поняли», «Лева» на бисквитах»), с одновременным увеличением доли в объемах продаж следующих позиций («Лева» Суфле», «Творожко-морожко», «Лева» многослойное» которые являются новинками на белорусском рынке мороженого и имеют хорошие объемы сбыта и темпы роста). Также рекомендуется дальнейшее расширение ассортиментного портфеля мороженого за счет разработки и выведения на рынок новых брендов мороженого.

Список литературы

1. Добрыднева, С. Г. Многокритериальная комплексная оценка ассортиментного портфеля компании / С. Г. Добрыднева // Вестник Омского университета. Серия: Экономика. – 2011. – № 3. – С. 137-142.