

Сравнительный анализ ассортимента предприятий потребительской кооперации и торговых сетей.

*Представлен анализ ассортимента сетей
«Магнит»
«Пятёрочка»
«Перекресток»*

Краснодар, 2017

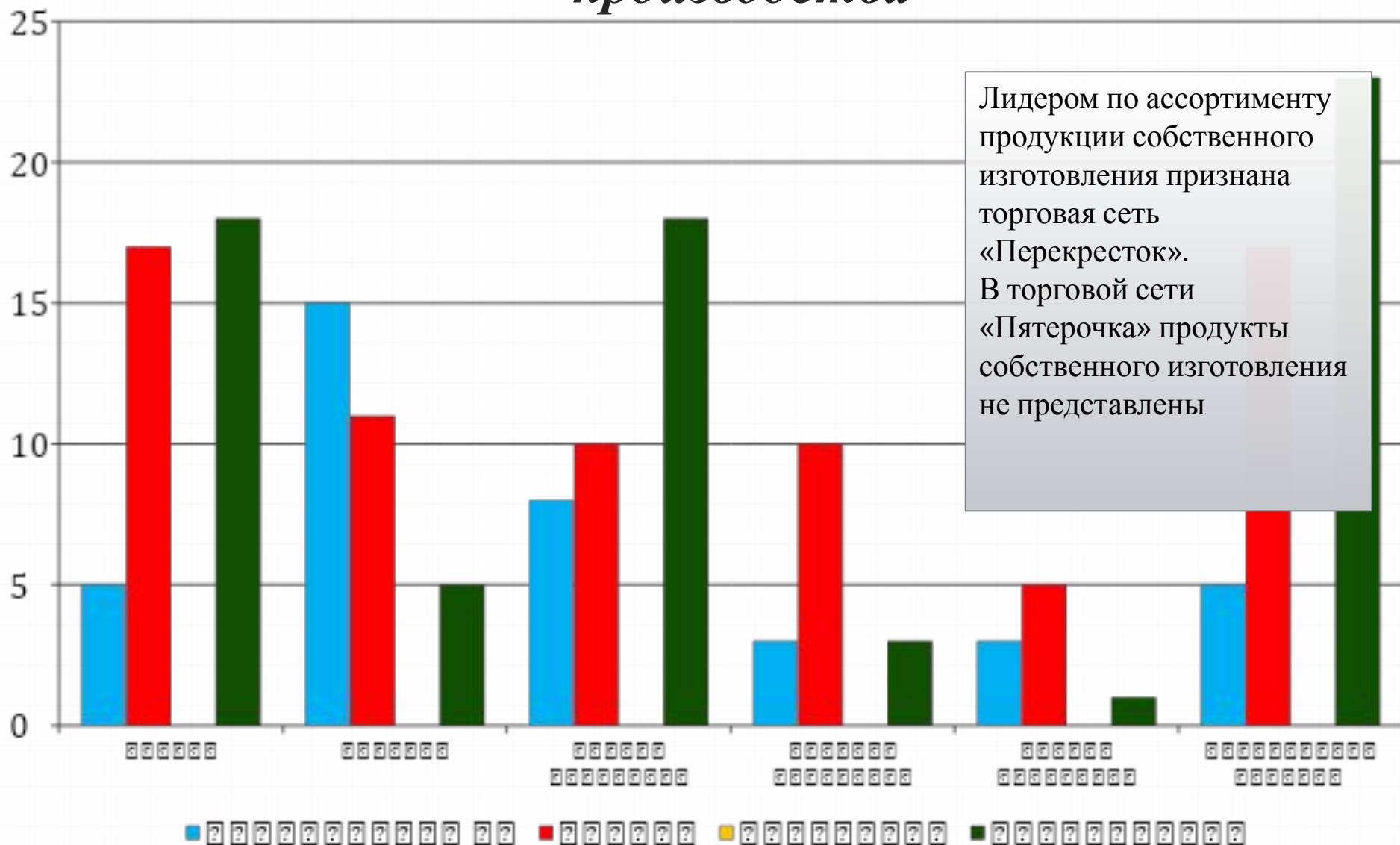
Сравнительная оценка широты ассортимента

 Лидер	Широта ассортимента (кол-во ассортиментных линий)			
Товарная группа	Предприятия ПК	МАГНИТ	ПЯТЕРОЧКА	ПЕРЕКРЕСТОК
Вино-водочные изделия	124	966	368	2227
Слабоалкогольные напитки	76	1144	140	547
Безалкогольные напитки	63	425	177	448
Молочная продукция	51	158	106	862
Сыры	14	51	37	140
Мясная гастрономия	52	302	115	73
Мясопродукты	7	47	16	583
Рыба	9	97	42	108
Хлебобулочные изделия	5	105	52	198
Кондитерские изделия	55	121	166	689
Замороженные продукты	62	150	125	157
Овощи-фрукты	17	65	52	154
Бакалея	87	226	179	363
Консервы	53	324	161	274
Соусы	17	77	35	93
Снеки	30	26	48	251
Детские товары	11	26	78	98
Товары для животных	20	149	48	529
Бытовая химия	64	429	218	2358
Итого:	817	4888	2163	9998

Средние цены по отделам

 Наиболее выгодная цена	Предприятия ПК		МАГНИТ		ПЯТЕРОЧКА		ПЕРЕКРЕСТОК	
Товарная группа	Min цена, руб.	Средняя цена, руб.	Min цена, руб.	Средняя цена, руб.	Min цена, руб.	Средняя цена, руб.	Min цена, руб.	Средняя цена, руб.
Вино-водочные изделия	120	172	67	630	128	184	125	1513
Слабоалкогольные напитки	38	89	45	580	36	82	142	1288
Безалкогольные напитки	11	60	11	325	9	62	6	81
Молочная продукция	12	76	19	48	16	81	15	109
Сыры	24	99	16	58	39	75	9	1413
Мясная гастрономия	92	148	26	125	79	137	22	251
Мясопродукты	120	301	199	266	115	217	75	353
Рыба	72	107	42	667	53	96	51	388
Хлебобулочные изделия	11	43	9	32	19	27	13	47
Кондитерские изделия	12	147	19	1543	17	140	30	379
Замороженные продукты	150	188	34	201	143	179	31	227
Овощи-фрукты	21	116	12	124	17	111	13	155
Бакалея	42	111	12	92	48	120	12	243
Консервы	16	187	17	305	18	219	29	150
Соусы	12	69	15	65	17	74	18	130
Снеки	29	72	26	74	24	54	37	94
Детские товары	42	193	30	250	35	162	35	248
Товары для животных	13	34	11	51	12	33	17	421
Бытовая химия	52	196	18	265	18	157	7	304

Ассортимент продукции собственного производства



Выводы



Ассортиментное лидерство принадлежит торговой сети «Перекресток»



Торговая сеть «Пятерочка» направлена на удовлетворение потребностей покупателей в экономичном ценовом сегменте



В торговой сети «Перекресток» представлен наиболее широкий разброс цен



Продукция предприятий потребительской кооперации уверенно лидирует по наиболее выгодным ценам, но не пользуется спросом из за узкого ассортимента

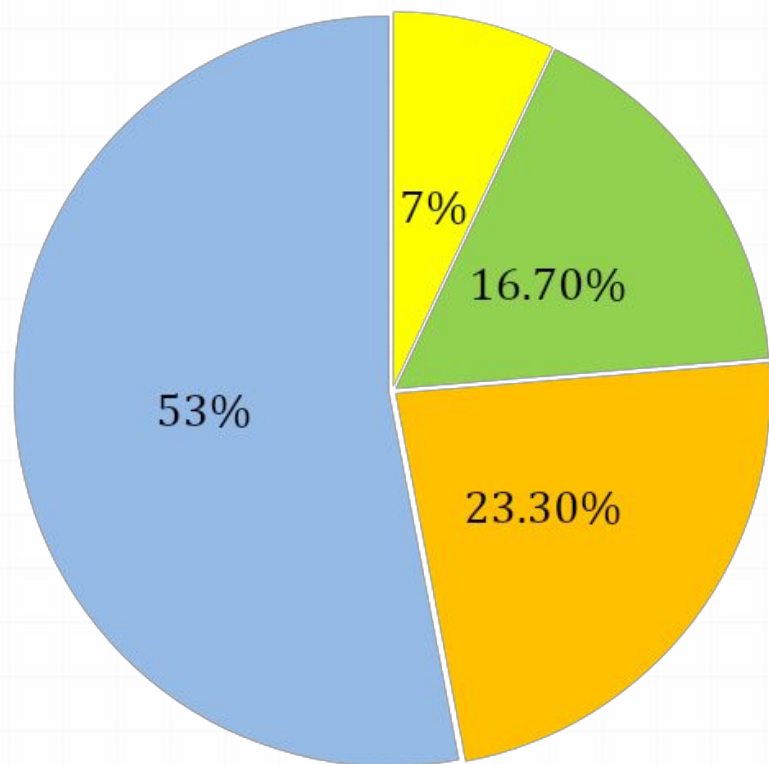


Максимальная доля региональной продукции принадлежит предприятиям потребительской кооперации, что позволяет поддерживать низкий уровень цен

Анкета для выявления потребительских предпочтений хлеба и хлебобулочных изделий

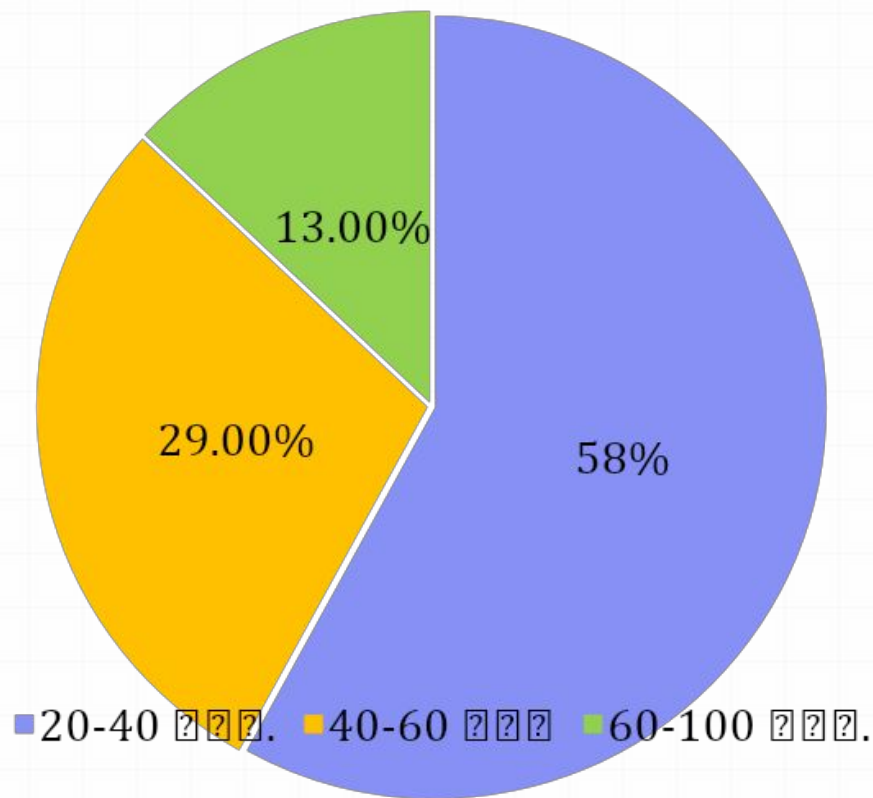
- 0 Является ли хлеб и хлебобулочные изделия основой Вашего рациона?
- 0 Как часто Вы покупаете хлеб?
- 0 Что является наиболее важным критерием при выборе хлеба и хлебобулочных изделий?
- 0 Обращаете ли Вы внимание на соответствие хлебобулочных изделий ГОСТ?
- 0 Какова обычная для Вас стоимость одной покупки хлебобулочных изделий или хлеба?
- 0 Отдаете ли Вы предпочтение в индивидуальной упаковке?
- 0 Вы отдаете предпочтение нарезанному или цельному хлебу?
- 0 Отдаете ли Вы предпочтение хлебу, выпеченному в собственных пекарнях супермаркетов (Ашан, Лента, Окей и т.д.)?
- 0 Какие хлебобулочные изделия Вы чаще всего покупаете?
- 0 Оцените по 5-тибалльной шкале продукцию торговых сетей «Магнит» и «Перекресток» по указанным параметрам.

20-40 22.2% 40-60 23.3% 60-100 16.7%
 20-40 22.2%

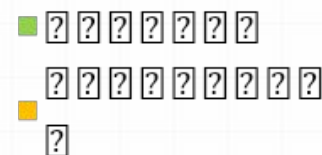
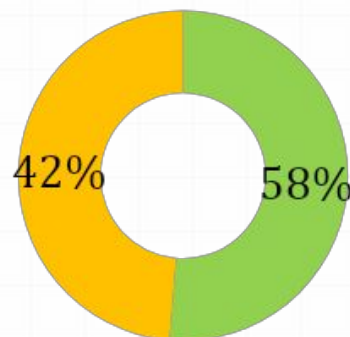
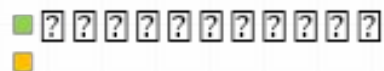
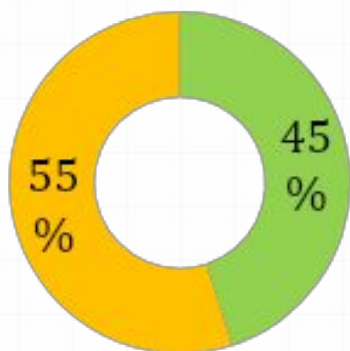


20-40 22.2% 1 20-40 22.2%
 1 20-40 22.2%
 20-40 22.2% 1 20-40 22.2%
 20-40 22.2%

20-40 22.2% 20-40 22.2%
 20-40 22.2%



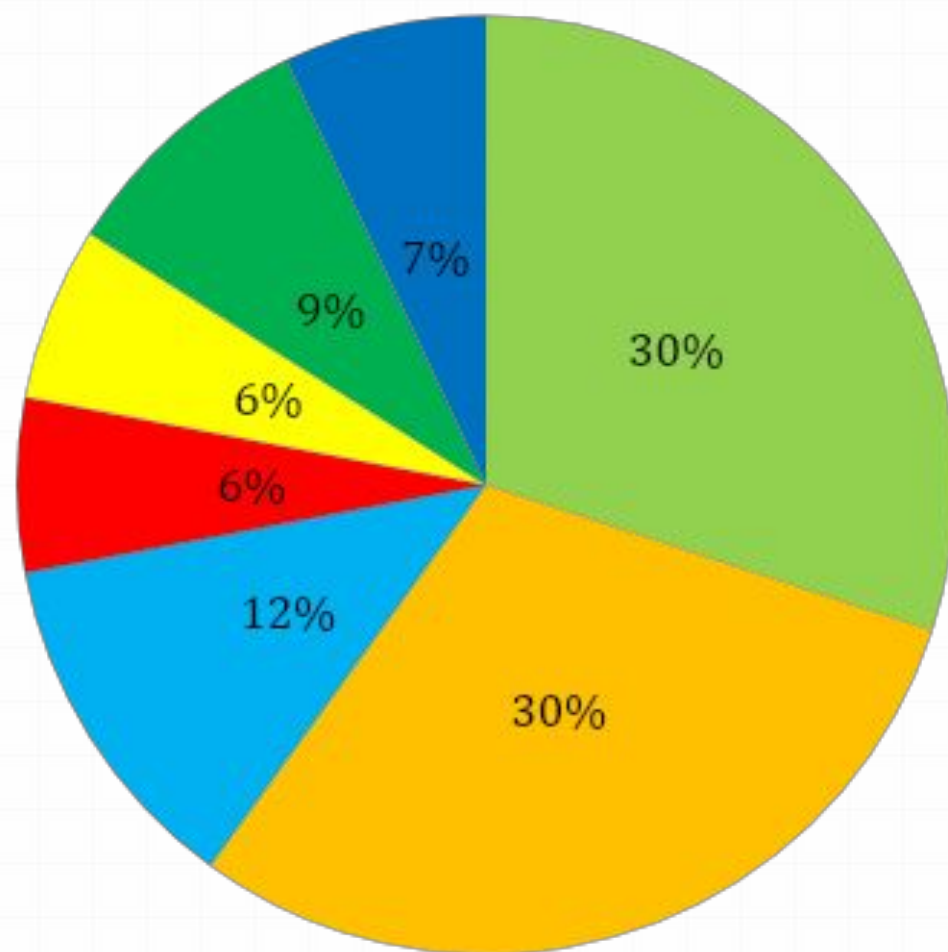
20-40 22.2% 40-60 23.3% 60-100 16.7%

[illegible]

Сравнительная оценка продукции торговых сетей и предприятия ПК



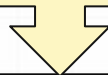
????????? ???? ?



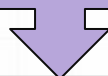
- ????
- ?????
- ????????
- ????????
- ????????
- ????
- ????????

Рекомендации по планированию ассортимента для предприятий потребительской кооперации

Сконцентрировать 20-30% общего ассортимента на наиболее востребованном продукте (например: хлеб белый формовой и батоны)



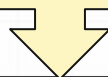
30% оставшегося ассортимента распределить на товары со средним уровнем спроса (например: хлеб с добавками)



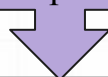
Оставшиеся 40-50% общей массы продукции обеспечить широким ассортиментом товаром, пользующихся низким спросом (например: бородинский хлеб, хлеб с отрубями и т.п.)



Продвижение продукции собственного производства предприятий потребительской кооперации: реклама, рекомендации продавцов, работа промоутеров



Ориентация на целевую аудиторию, заинтересованную в натуральной продукции местного производства посредством рекламных материалов и дополнения ассортимента х/б изделий хлебом цельнозерновым хлебом, хлебом с наиболее востребованными добавками



Использование аромамаркетинга для продвижения хлебобулочной продукции