1.3 Анализ товарной политики, поставщиков, покупателей, рынков, конкурентов

1.3.1 Характеристика товарной политики фирмы ее основных элементов

На протяжении истории развития предприятия товарная политика строилась по-разному. В настоящее время она реализуется в рамках программы маркетинговой деятельности компании, одна из главных задач которой состоит в получении наиболее полной и достоверной информации о ситуации на рынках, снижение коммерческого риска, увеличение прибыли. Постоянное отслеживание ситуации на региональных рынках позволяет компании гибко формировать свою товарную политику с учетом специфики региона, а также общих закономерностей развития товарного рынка.

В связи с новыми запросами потребителей, а также с увеличением количества сегментов, на которых работает компания, руководители компании в настоящее время рассматривают вопрос о расширении ассортимента с еще более высоким качеством. Сейчас большинство усилий предприятия концентрируются главным образом на основных рынках г.Ижевска и в прилегающих к нему районах. Такая концентрация дает ООО «Айкай» возможность качественно насытить эти рынки своей продукцией.

Отличительная особенность этой ниши состоит в том, что здесь большое внимание уделяется рекламной политике. ООО «Айкай» целенаправленно формирует свой фирменный стиль: реклама в Интернете, по телевидению, радио, реклама на месте продажи (вывеска, надпись, упаковка). Неплохо здесь действуют и методы стимулирования сбыта (розыгрыши, конкурсы, и т.д.). Большое значение компания уделяет марочной стратегии. Разработка новых слоганов, повышение качества, внешнее оформление создают марке фирмы солидный имидж и устойчивое предпочтение со стороны потребителей.

Важную роль при формировании товарной политики «Айкай» играет цена. Цена дифференцируется в зависимости от качества, издержек, конкуренции, покупательского спроса и других факторов. Ценовая политика основана на тщательном изучении потребителей и их сегментации. Средний потребитель продукции компании принадлежит к среднедоходной группе населения. Для 77% покупателей фактор цены является главным фактором его выбора.

Развитие этих и других направлений товарной политики требует инвестиционных вложений в разработку, производство, упаковку, рекламу и реализацию товара. Таким образом, можно выделить следующие направления товарной политики компании: сегментация рынков, усиление на них своего присутствия за счет увеличения объема продаж; сегментация потребителей, максимальное удовлетворение их потребностей, формирование потребительских предпочтений; гибкая ценовая политика; ассортиментная политика, тесно переплетающаяся с повышением качества продукции; марочная стратегия, направленная на создание продукции мощного национального и международного признания.

Разработка рекомендаций по совершенствованию товарной политики фирмы:

В связи с новыми запросами потребителей, а также с увеличением количества сегментов, на которых работает компания, руководители компании в настоящее время рассматривают вопрос о расширении ассортимента с еще более высоким качеством. Сейчас большинство усилий предприятия концентрируются главным образом на рынках субъектов УР. Такая концентрация дает ООО «Айкай» возможность качественно насытить эти рынки своей продукцией.

Таким образом, необходимо открыть новые пункты обслуживания, ввести систему скидок, увеличить (стимулируя) объем продаж, уменьшить затраты на сбыт, увеличить цены для получения большей прибыли, провести более широкую рекламу, расширить рынки сбыта, привлечь большее число клиентов, сотрудничать напрямую с фирмами, работающими на рынке красоты.

1.3.2 Характеристика поставщиков

У магазинов сети ООО «Айкай», много поставщиков по различным группам товаров, которые представлены в таблицы №1, так же имеются поставщики (дополнительно – только база) Можгасыр, Кезский сырзавод, Евсеева, Русский бизнес, Орбита-МСБСарапульский, ДПЗПереведенцева, АССОИнвест, ТД Градиент, Продвижение, Преображенский МК, Сага эндСанс, Эксмол, Главпродукт, РОС Агросоюз, МК Юнимилк Самара, Унинский маслозавод, Практика, Кароян.

Таблица №1

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Поставщик | Товар | 1 Молоко,сметана,творог | Родная Любава |
| ТД БВК | Консервация т/мСкатерть-самобр |  | Сарапулмолоко |
| Русское поле Трейдинг | Консервация т/м Дядя Ваня |  | Ижмолоко |
| Интерфрут | Консервация т/м Наш амбарчик, Глобус |  | Увамолоко |
| Форвард-5 | КонсервацияКласса премиум |  | ИП Калинин |
| ООО Эриалтрейд | Консервация т/м Виталенд |  | К\х Ольга |
| ОАО Крымский к/к | Консервация отечественная |  | ЧП Салахутдинов |
| ООО Иберика-2000 | Консервация т/м Иберика |  | ООО Сеть |
| ООО Канэ | Консервация т/м Вьетконг |  | АССО-Продукт |
| ООО Артэксим-Р | Консервация т/м Бондюэль, Вернет |  | база |
| ООО Сага энд Санс | Консервация т/м Веселые овощи |  | Лапландия |
| ООО Интердиш | Оливки, маслины |  | Данолактис |
| ЧП Меркулов С.Ю. | Консервация т/м Меркуловский продукт |  | Катарсис |
| ООО Помидорпром К. Х. | Консервацият/м Огородников |  | Нефтекамсский гормолзавод |
| ООО Антарио Лайн | Консервация т/м Давтона |  |  |
| ООО Ардэкс | Консервацияэлитная | 2 Сыры | Аристей |
| ООО Велта | Консервация т/м Лорадо |  | Увамолоко |
| ООО Травы Башкирии | Сиропы лечебные |  | Сарапулмолоко |
| ЧП Башкова Н.Л.ООО Волна | Кукуруза т/м Фрау Марта |  | Родная Любава |
| ЧП Щепин О.Н. | Св/мор ягоды,Консервация т/м Флорина |  | АССО-Продукт |
| ЧП Машин В.Н. | Яблоки Польша |  | база |
| Поставщик | Товар |  |  |
| Русагро- Нижегор.ф-л | Фрукты, овощиимпортные | 3 Майонезы | Гнедина |
| ООО Светло-горск | Соки |  | Востриков |
| ОАО Конзур | соки, перера-ботка яблок |  | Доставка плюс |
| ООО КомпанияЗеленый город | Соки |  | УдмХлКом |
| ООО Вариант | Соки |  | Новофастовский |
| ООО Адмирал | Соки |  |  |
| ООО Широко-КарамышскийКонсервныйзавод | Соки | 4 Йогурты | АССО-Продукт |
| ОАО Черем-шанское | Соки |  | база |
| ОАО т/к Завьяловский | Овощи |  | Данолактис |
| ООО СХПУдмуртия | Фрукты-Овощи |  |  |
| ЧП Фарзали-ев | Фрукты-овощи |  |  |
| ЧП Аскеров | Фрукты-овощи | 5.Масло животное | База |
| ЧП Рустамов | Фрукты-овощи |  | Сарапулмолоко |
| ЧП Багиров  | Фрукты-овощи |  | Родная Любава |
| Поставщик | Товар |  | Салахутдинов |
| К/х Полтанова | картофель |  |  |
| К/х Попова | картофель | 6. Спреды | Новофастовский |
| К/х Кузьмичево | картофель |  | Гнедина |
| ЧП Фалалеев | картофель |  | Востриков |
| Киясовское райпо | картофель |  | Волжский берег |
|  |  |  |  |
|  |  | 7 Мороженое | УдмХлКом |
|  |  |  |  |
|  |  | 8 Консервы молочные | база |
|  |  |  | Шатаева |
|  |  |  |  |
|  |  | 9 Маргарины | Востриков |
|  |  |  | база |
|  |  |  | Гнедина |
|  |  |  | Новофастовский |
|  |  |  |  |
|  |  | 10 Жиры | ЧП Шатаев |
|  |  |  | база |
|  |  | 11 Специи | база |
|  |  |  | ООО Сеть |
|  |  |  | Новофастовский |
|  |  |  | Чухланцев |
|  |  | 12Дрожжи | база |

1.3.3 Характеристика покупателей товаров

В основном потенциальными покупателями являются жители г.Ижевска со средним достатком, разной половозрастной категории. Большую часть потребителей занимают люди, более старшего возраста (от 40 и выше). Основные товарные группы, которые они приобретают это молочные товары, хлебобулочные изделия, алкогольную продукцию, крупы и макаронные изделия.

Важными факторами при выборе магазина являются такие как близость к дому, скидки на товары, широта и полнота ассортимента, наличие дисконтной карты, обслуживание и качество товаров.

1.3.4 Характеристика рынков

Рынок, на котором функционирует фирма ООО «Айкай» является рынок оптовой и розничной торговли города Ижевска. Данное предприятие находится на рынке с 1992г, поэтому за долгий период времени выработался свой стиль работы. Если в 2003г на рынке было задействовано 35магазинов сети «Айкай», то в конце 2009 года их уже 86. На этом предприятие не останавливается и планируется расширяться на районных рынках, поэтому выбрана стратегия роста.