УДК 339.138

В.А. Свічкарь, к.е.н., доцент
Л.Ф. Нелень , студентка
Полтавський національний технічний університет
імені Юрія Кондратюка

АНАЛІЗ ТОВАРНОЇ ПОЛІТИКИ ПАТ «ПОЛТАВАКОНДИТЕР» ТА ШЛЯХИ ЇЇ ПОДАЛЬШОГО УДОСКОНАЛЕННЯ

Сучасний етап розвитку нашої держави характеризується значним посиленням конкуренції на ринку товарів та послуг, що в свою чергу спонукає підприємства витрачати значні зусилля та кошти на виготовлення конкурентоспроможної продукції, яка максимально задовольняла б потреби потенційних споживачів. Питання формування ефективної стратегії товарної політики в умовах низької платоспроможності споживачів набуває особливої актуальності .

В умовах сучасності головну роль при визначенні методологічних підходів формування товарної політики ПАТ «Полтавакондитер» відіграє споживач. Кондитерська продукція має специфічні особливості, які впливають на процес формування товарної політики. Специфіка даної групи продуктів проявляється, з одного боку, в їх значенні для життєдіяльності людини, з іншого в традиційності споживання [4].

Стан товарної політики ПАТ «Полтавакондитер» визначає недостатність застосування складових атрибутики товару – імідж товару, упаковка, марка товару, гарантії підприємства. Надзвичайно важливим атрибутом якісного товару є привабливе упакування товару, адже це перше на що звертає увагу покупець. Підприємству доцільно використовувати різні види упакування та оформляти продукцію, орієнтуючись на різне використання товару: у подарунок, для дітей, на свято (упаковка може бути тематичною). Причини покупки шоколадних виробів подано на рис. 1 [2].

Відомо, що при виборі продукту харчування споживачі звертають увагу, перш за все, на ціну, смакові якості і корисність продукту. Смакові властивості оцінюються споживачами із врахуванням раніше створених переваг, традицій споживання кондитерської продукції.

Специфічні проблеми формування товарної політики на ринку кондитерської продукції можна охарактеризувати так:

- звичка вузького вибору асортименту кондитерської продукції серед споживачів;

- велика кількість покупців полюбляє споживати вагові кондитерські вироби, наприклад, цукерки;

- недовіра до нової продукції (новинок) [1].

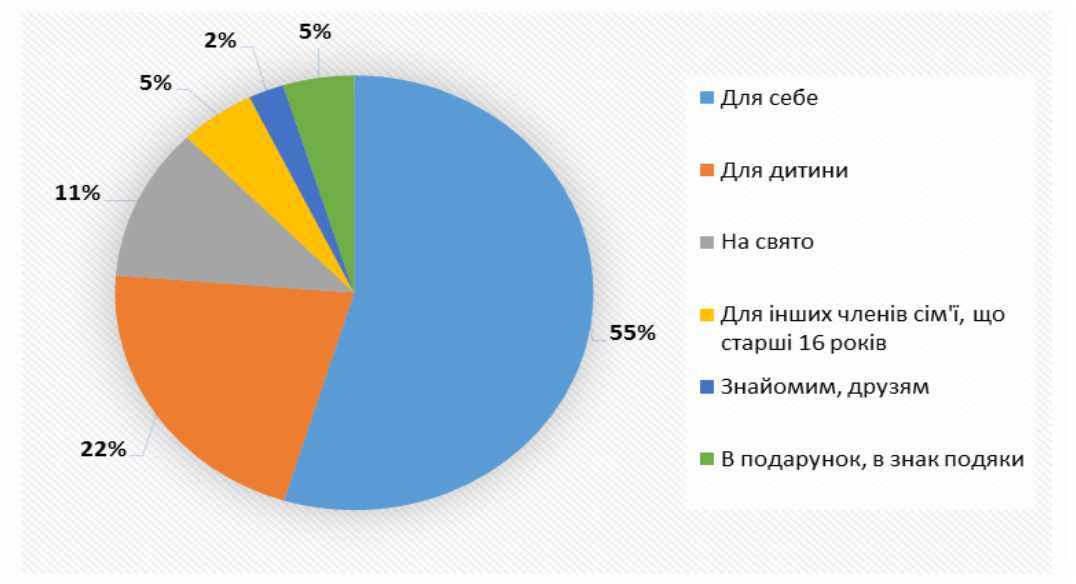

Рис. 1. Причини покупки шоколадних виробів, % від загальної кількості покупців продукції [2]

Слід відмітити існування проблем в області якості, що пов’язані із якістю самої сировини для виготовлення продукції, на що впливають кризові явища, адже підприємства шукають більш дешеві джерела сировини, оскільки не можуть витрачати більше коштів на її придбання.

Для того, щоб враховувати споживчі властивості продуктів та потреби покупців, потрібно застосовувати маркетинговий підхід до формування товарної політики підприємства, що дозволить розвивати та удосконалювати діяльність самого підприємства та підвищувати його конкурентоспроможність. Без якісного товару та привабливого, безпечного упакування успіх на сучасному ринку кондитерських виробів неможливий, адже на ринку присутні як малі так і великі підприємства, що постійно конкурують між собою.

Список використаних джерел:

1. Методи аналізу асортименту та номенклатури продукції підприємства: [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://www.refine.org.ua/pageid-4753-16.

2. Галушко О. С. Тенденції розвитку ринку кондитерських виробів та особливості трансформації у системі цінностей його учасників / О. С. Галушко // Актуальні проблеми економіки. – 2009. – № 1. – С. 15 – 21.

3. Гринько Т.В. Механізм формування конкурентоспроможності підприємств на вітчизняних ринках/ Т.В. Гринько. – Кривий Ріг: Видавничий дім. 2009. – 324 с.

4. Огляд ринку кондитерських виробів України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://openoplexe.ru/webroot/mrkt/bp.php?parentrubricator.