

Федин Е.А.

*Научный руководитель: к.э.н., доцент Е.В. Родионова  
Муромский институт (филиал) федерального государственного образовательного  
учреждения высшего образования «Владимирский государственный университет  
имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»  
602264, г. Муром, Владимирская обл., ул. Орловская, 23  
egorfedin@yandex.ru*

### Исследование продуктовой политики ЗАО «Муром»

Основная деятельность ЗАО «Муром» связана с производством березовой фанеры, ДСП и мебели. В процессе производства продукции используются экологически чистое сырье и материалы. Фанера ЗАО «Муром» сертифицирована Госстандартом Российской Федерации, имеет санитарно-эпидемиологическое заключение Министерства здравоохранения Российской Федерации, а также сертификаты CARB и CE.

ЗАО Муром старается удовлетворить желания потребителей, а также сохранить дружественные отношения. Покупатель может в любое время и по индивидуальному заказу приобрести данную продукцию. На предприятии работает большое число высококлассных специалистов, а также имеется импортное оборудование, что позволяет выпускать продукцию с требованиями к толщине, размеру и поверхности. С потребителями ЗАО Муром ответственно работает на протяжении многих лет. Вопросами, связанными с продвижением и продажами продукции, занимается отдел продаж. Более 80% продукции, произведенной ЗАО «Муром», идет на экспорт.

Кроме фанеры и ДСП ЗАО «Муром» выпускает мягкую, офисную, корпусную мебель и кухни, а также изготавливает как стандартные модели, так и изделия по индивидуальному заказу клиента. Каждая модель мебели отвечает самым высоким европейским экологическим стандартам класса эмиссии E1, что позволяет использовать мебель даже в детских учреждениях. ЗАО «Муром» имеет сертификат соответствия Госстандарта РФ, что позволяет производить мягкую, офисную и корпусную мебель. За короткий промежуток времени ЗАО «Муром» освоило и наладило выпуск детской мебели. Мебель с успехом использовалась для оснащения детских учреждений Владимирской области. На рисунке представлена структура объема продаж предприятия в 2017 году.[2]

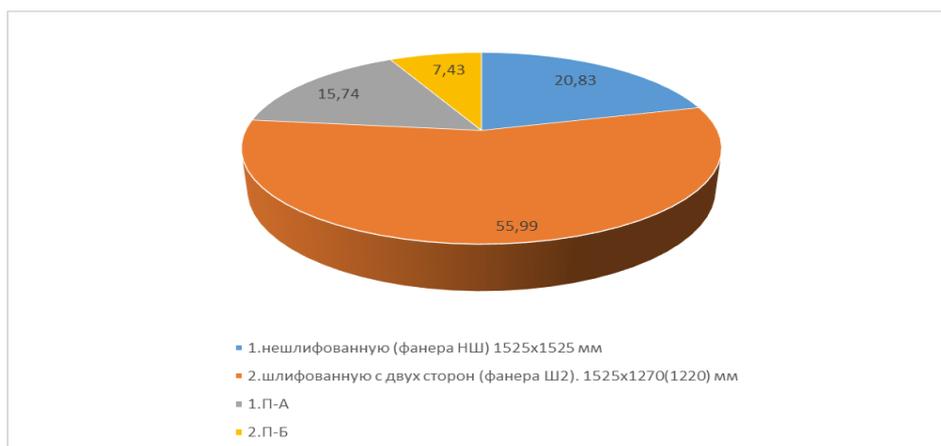


Рис.1 Структура объема продаж предприятия в 2017 году

Наибольший удельный вес в объеме продаж в 2017 году занимает фанера -55,99%, шлифованная с двух сторон, а наименьший удельный вес-7,43% ДСП вида П-Б.



Рис.2 Динамика объема продаж фанеры в 2015-2017 гг.

Как видно из рис.2, с каждым годом объем продаж фанеры увеличивался. В итоге наибольший объем продаж фанеры составил в 2017 году -75000 м<sup>3</sup>

Проведем ABC-анализ ассортимента. Всю ассортиментную линейку предприятия делят на три группы:

- Группа «А» составляет 5-20% ассортимента. Это ключевые продукты, на долю которых приходится до половины продаж и большая часть прибыли (75-80%).

- Группа «В» - продукты, на долю которых приходится от 20% до 40% продаж, но обслуживание которых приносит не более 20% прибыли. Могут составлять от 20 до 60% ассортиментного ряда.

- Группа «С» - продукты, на долю которых приходится незначительная часть продаж (10-30%), и обслуживание которых приносит фирме незначительную прибыль (0,5%) и даже убыток. Могут составлять от 20% до 75% всех продуктов организации.

Группа «А» требует большого внимания и заботы компании, от продуктов группы «С» следует отказаться или передать на аутсорсинг. [1]

В таблице 1 представлены исходные данные для проведения ABC- анализа ассортимента продукции.

Таблица 1 – ABC-анализ ассортимента продукции

Наименование продуктов	Суммарная доля прибыли, %	Категория продуктов
1.Фанера шлифованная и нешлифованная	76,53	А
2.ДСП (П-А) и (П-Б)	20,59	В
3.Мебель	2,88	С

Как видно из таблицы 1 к группе А относятся фанера(шлифованная) и фанера(нешлифованная), доля прибыли составляет 76,53%. К категории В относят ДСП (П-А) и ДСП (П-Б), доля прибыли составляет 20,59%. К категории С относится мебель, доля прибыли – 2,88%.

Для того, чтобы АО «Муром» получал больше прибыли, оставался динамично-развивающимся предприятием, а также мог составлять конкуренцию другим предприятиям, предлагается производить новые виды продукции: бумажные пакеты с петлевой и вырубной ручкой. Потребителями бумажных пакетов могут стать известные торговые компании: ПАО Магнит, ПАО Ашан, ПАО Икея, ПАО «Детский мир», ПАО «М-видео» и другие торговые центры.

### Литература

1. Котлер Ф. Основы маркетинга. – Litres, 2015.
2. <http://www.zaomurom.ru/>