

Аналіз структури асортименту продукції вітчизняного парфумерно-косметичного підприємства АТ «Ефект»

Жадько С.В., Кривошеєва А.С.

*Кафедра фармацевтичного маркетингу та менеджменту
Національний фармацевтичний університет, м. Харків, Україна*

alina_nfau@mail.ru

Управління асортиментом є одним із найважливіших напрямків маркетингової діяльності кожного підприємства. Особливо актуальним цей напрямок стає за умов «ринку споживача», коли наявність великої кількості конкуруючих між собою товарів і можливість вибору підвищують вимоги споживачів. Ефективне формування асортименту підприємства визначає економічні показники його діяльності, сприяє зростанню ринкової частки. Досвід світової ринкової економіки свідчить, що лідерство у конкурентній боротьбі одержують ті компанії, які найбільш компетентні в асортиментній політиці.

Метою роботи є аналіз структури асортименту продукції вітчизняного парфумерно-косметичного підприємства АТ «Ефект».

АТ «Ефект» працює на базі парфумерно-косметичної фабрики, заснованої в 1934 р. у м. Харкові. На сьогодні це одне з найбільших підприємств України, якому повністю підходить визначення «національний виробник». Підприємство працює на високоякісному обладнанні всесвітньо відомих компаній Швейцарії, Італії, Швеції і Німеччини. Досвід роботи на ринку парфумерії і косметики дозволив підприємству створити концепцію, яка базується на виробництві якісної продукції з використанням природної сировини і сучасних технологій, встановити традиції, випрацювати стратегію довгострокових взаємовідносин з діловими партнерами.

Головними принципами АТ «Ефект» стосовно продукції є: найкращі композиції і рецептура; найкращі технології і сировина; сучасний дизайн і реклама; суворий відбір компаній-постачальників сировини і матеріалів. Вся продукція підприємства виробляється на унікальній воді із власної артезіанської свердловини глибиною 811 метрів, водоносний шар якої сформований понад 5000 років тому.

Продукція АТ «Ефект» представлена в широкому асортименті і нараховує понад 180 найменувань таких асортиментних груп: косметичні креми, креми-скраби, косметичне молочко і тоніки, косметичні гелі; одеколони і запашні води; зубні пастки; шампуні; миючі засоби для посуду; лікарські препарати. Діапазон цін на продукцію компанії коливається від 4,40 грн до 40 грн за упаковку, що забезпечує її економічну доступність переважній частині споживачів та оптимальне поєднання ціни і якості.

Детальний аналіз показав, що найповніше у структурі асортименту продукції представлені косметичні засоби. Вони пропонуються у різноманітних формах: креми, скраби, молочко, тоніки, гелі тощо. У свою чергу косметичні засоби пропонуються для догляду за різними частинами тіла: обличчя, шкіри, руки та ноги. З метою найкращого задоволення потреб споживачів розроблені косметичні засоби для використання у різні пори року та за різних погодних умов (морозна, дощова, сонячна погода). Певні косметичні засоби розроблені спеціально для жінок і дітей. Серія косметичних засобів для дітей має широкий асортимент та відрізняється яскравим оформленням упаковок, особливо тендітними технологіями виготовлення, вибором якісної сировини.

Серед нових асортиментних ліній підприємства особливе місце займає косметична серія засобів по догляду за шкірою для жінок. Дана серія розроблена з урахуванням сучасного інтенсивного життя, особливо у великих мегаполісах, та теперішніх екологічних умов. Спеціально для дітей компанія розробила нову серію засобів для купання, яка містить формулу, що особливо бережно піклується за волоссям і шкірою дитини.

Не менш адаптовані до вимог споживачів і лінії одеколонів, запашних вод, шампунів та миючих засобів для посуду. Вони містять у собі екстракти різноманітних рослин (ромашки, алое, обліпихи, нагідок, женьшеню, калини, ламінарії тощо) та прополісу, які забезпечують догляд за шкірою різних частин тіла. Запашні води й одеколони розроблені на підставі вивчення потреб чоловіків. Невеликим асортиментом представлена серія зубних паст та лікарських препаратів, які розраховані на цілеспрямовану дію і якомога більшу користь.

У результаті проведення ефективної асортиментної політики, АТ «Ефект» посідає одне із почесних місць на вітчизняному ринку парфумерно-косметичних засобів. Підприємство інтенсивно розвивається, має імідж надійної, стабільної та перспективної компанії. За свою якісну роботу АТ «Ефект» нагороджено багатьма дипломами і почесними грамотами: за успіхи у створенні нової високоякісної парфумерної продукції, за вклад у розвиток парфумерно-косметичної галузі, за виробництво широкого асортименту екологічно чистої парфумерно-косметичної продукції. Також компанії також вручено приз – «Золота зірка за якість».

Література:

1. Жадько С.В. Методи аналізу та оцінки асортименту лікарських препаратів в системі управління товарним портфелем виробничих фармацевтичних підприємств / С.В. Жадько, М.М. Слободянюк, Н.М. Скрильова // Збірник наук. праць співроб. НМАПО ім. П.Г.Шупика. – 2009. – Вип.18. – Книга 3. – С. 257-265.

2. Жадько С.В. Формування інноваційного портфелю фармацевтичних підприємств на основі вивчення зовнішніх та внутрішніх чинників / С.В. Жадько // Управління, економіка та забезпечення якості в фармації. – 2013. – №1 (27). – С. 46-50.