

## АНАЛІЗ АСОРТИМЕНТУ ЙОГУРТІВ БРЕНДУ «МОЛОКІЯ»

Вінницький національний технічний університет

### **Анотація**

*Здійснено аналіз асортименту йогуртів бренду «Молокія» та сформовані пропозиції щодо його розширення.*

**Ключові слова:** *маркетинг, асортимент, асортиментна карта, йогурт, жирність, консистенція, наповнювач.*

### **Abstract**

*An analysis of the Molokiya yoghurt assortment is carried out and suggestions for its expansion are proposed.*

**Keywords:** *marketing, assortment, assortment map, yoghurt, fat content, consistency, filler.*

Під брендом «Молокія» молочну продукцію виробляє ПрАТ «Тернопільський молокозавод». Брендowana продукція підприємства включає такі асортиментні групи як молоко, кефір, сметана, йогурт, масло та кисломолочний сир. Найбільш широко представлена асортиментна група йогуртів, яка налічує 32 позиції, тоді як в інших асортиментних групах від 3 до 8 позицій. Аналіз асортименту проведемо для найширшої асортиментної групи – для йогуртів.

Аналіз асортименту важлива маркетингова задача з очевидним практичним зиском. Ця задача є цікавою як для практикуючих маркетологів, так і для науковців. Це зумовило розробку низки теоретичних моделей та практичних рекомендацій з аналізу та покращення асортименту. Найбільш популярні з яких, описано в статтях [1, 2, 3].

Пропонований в роботі асортиментний аналіз базується на розробленій нами асортиментній карті, яка наведена на рис. 1. Карту побудовано за описом асортиментних позицій на офіційному сайті підприємства та на сторінках інтернет-магазинів. На рисунку числа в квадратних дужках означають кількість асортиментних позицій відповідного типу. Карта побудована для 6 класифікаційних атрибутів: *консистенція, жирність, маса, наповнювач, тара та особливості*. Найбільше можливих варіантів реалізації мають атрибути *наповнювач* та *маса* – 14 та 11, відповідно. Найменше можливих варіантів реалізації мають атрибути *консистенція* та *тара* – 2 та 5, відповідно. Атрибут *жирність* має 7 варіантів реалізації, а атрибут *особливості* – 8 варіантів. Теоретично, варіюючи значення атрибутів можна згенерувати  $2 \cdot 7 \cdot 14 \cdot 11 \cdot 5 \cdot 8 = 86240$  асортиментних варіантів йогурта, але підприємство на сьогодні обмежилося 32 варіантами.

Відповідно до статистичних даних з рис. 1 найпопулярнішим варіантом є питний йогурт з жирністю у 1.4% без наповнювача з розфасовкою у 240 грамовий стакан без будь-яких особливостей. Цей варіант сформовано за самими поширеними реалізаціями за кожним окремим атрибутом. Такий варіант на асортиментній карті виділено жовтим. Але, цей варіант відсутній в асортиментному ряді підприємства. Тому є сенс провести додаткові акцентовані дослідження з виведення на ринок саме цього варіанту.

На рис. 1 також здійснено кластеризацію можливих значень трьох атрибутів: *жирність, наповнювач* та *маса* продукту. Це призвело до того, що *жирність* замість 7 числових значень представлена трьома порядковими значеннями – низька, середня та висока. Атрибут *наповнювач* замість 14 видових значень описується чотирма категоріальними значеннями: відсутній, фрукти, злакові та суміш. Атрибут *маса* замість 11 числових значень описується трьома порядковими значеннями: мала, середня та велика. Запропонована категоризація дозволяє виділити дві малочисельні асортиментні підгрупи, яку є сенс розширити. Перша підгрупа – це густий йогурт високої жирності великої розфасовки з ягідно-злаковим

наповнювачем. Друга підгрупа – це густий йогурт середньої жирності великої розфасовки з ягідно-злаковим наповнювачем великої розфасовки. Ці варіанти на асортиментній карті позначено зеленим.

### Консистенція

Питний [17]	Густий [12]
----------------	----------------

### Жирність

1.4% [12]	1.6% [2]	2% [6]	2.5% [5]	3% [1]	5.7% [4]	8% [2]
Низька [20]			Середня [6]	Висока [6]		

### Наповнювач

Відсутній [6]	Абрикос [4]	Чорна смородина [1]	Лісові ягоди [3]	Полуниця [3]	Вишня [2]	Малина [1]	Чорниця [2]	Ожина [1]	Пластівці [3]	Попкорн в карамелі [1]	Попкорн в карамелі з какао [1]	Гранола «груша - ваніль» [1]	Гранола «яблуко кориця» [1]
Відсутній [6]	Фрукти [17]							Злакові [5]			Суміш [2]		

### Маса продукту

140 гр [4]	162 гр [2]	170 гр [2]	240 гр [6]	250 гр [4]	300 гр [4]	400 гр [4]	770 гр [4]	870 гр [1]	1000 гр [1]
Мала [8]			Середня [18]				Велика [6]		

### Тара

Тетра-пак [1]	Пляшка [8]	Стакан [18]	Відро [1]	Пакет [4]
------------------	---------------	----------------	--------------	--------------

### Особливості

Відсутні [19]	Безлактозний [1]	Без цукру [2]	З пробіотиками [1]	На подушці з ягід [4]	З саше [4]	По грецькі [1]
------------------	---------------------	------------------	-----------------------	--------------------------	---------------	-------------------

Рисунок 1 – Асортиментна карта йогуртів «Молокія»

### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Chernev A. Product assortment and consumer choice: An interdisciplinary review // Foundations and Trends in Marketing. 2012. Vol. 6. №1. P. 1-61.
2. Kök A. G., Fisher M. L., Vaidyanathan R. Assortment planning: Review of literature and industry practice // Retail supply chain management: Quantitative models and empirical studies. 2009. P. 99-153.
3. Xu Y., Wang Z. Assortment optimization for a multistage choice model // Manufacturing and Service Operations Management. 2023. Vol. 25. №5. – P. 1748-1764.

**Попова Ольга Олександрівна** – ст. гр. МР-20б факультету менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет.

**Штовба Олена Валеріївна** – доцент, кандидат економічних наук, доцент кафедри менеджменту, маркетингу та економіки Вінницького національного технічного університету.

***Popova Olga O.*** – student of the MR-20b group, Faculty of Management and Information Security, Vinnytsia National Technical University.

***Shtovba Olena V.*** – Associate Professor, PhD, Associate Professor on Department of Management, Marketing and Economics, Vinnytsia National Technical University.