

ОПТИМИЗАЦИЯ АССОРТИМЕНТА И ОРГАНИЗАЦИИ РАБОТЫ ХОЛОДНОГО ЦЕХА КУЛИНАРИИ В СУПЕРМАРКЕТЕ «МИКС»

Стельмахова В.С.

**Научный руководитель – Рыбакова Т.М., ст. преподаватель
Белорусский государственный университет пищевых и химических технологий
г. Могилев, Республика Беларусь**

Современный этап развития потребительского рынка характеризуется активной трансформацией форматов розничной торговли и общественного питания. Одним из наиболее динамично развивающихся сегментов выступают супермаркеты с собственными цехами кулинарии, интегрирующие производственные функции объектов общественного питания и торгово-технологические процессы розничной сети. Холодный цех занимает особое место в структуре такого производства, обеспечивая выпуск продукции с высокой маржинальностью и стабильным потребительским спросом.

Цель работы – разработка проекта оптимизации ассортимента и организации работы холодного цеха на основе комплексного анализа, использования современных методов управления ассортиментом и принципов устойчивого производства.

Проведено маркетинговое исследование потребительских предпочтений на рынке кулинарной продукции г. Бреста (n=120 респондентов). Результаты показали, что 78% потребителей обращают внимание на состав продукции, предпочитая «чистую этикетку» (clean label); 65% готовы платить выше среднерыночной цены за продукцию из местного сырья; 72% считают важным использование экологичной упаковки; 58% заинтересованы в расширении ассортимента суши с использованием местных видов рыб и вегетарианских линеек; 63% отдают предпочтение сезонным продуктам. Анализ конкурентной среды подтвердил отсутствие у прямых конкурентов четко выраженной стратегии, ориентированной на экологичность и локальность, что формирует рыночную нишу для супермаркета «Микс».

Анализ ассортимента продукции холодного цеха кулинарии супермаркета «Микс» (г. Брест), входящего в структуру ОАО «Продтовары», с использованием ABC- и XYZ-методов выявил, что 30% позиций относятся к категории «С» (низкий вклад в товарооборот) и «Z» (нестабильный спрос). Анализ рентабельности показал, что отдельные позиции имеют рентабельность ниже 20% из-за высокой себестоимости сырья и потерь при производстве. Разработана концепция оптимизации ассортиментной политики, интегрирующая современные тренды. Сформирована новая ассортиментная матрица холодного цеха, включающая 35 позиций. Введены новые группы: салаты сезонные; салаты с «чистым составом»; вегетарианские роллы; функциональные закуски (с высоким содержанием клетчатки и белка). Разработана система прогнозирования спроса с использованием статистических методов, позволяющая снизить потери от списаний на 30%.

Оценка экологического эффекта проекта показала сокращение использования пластиковой упаковки на 40% за счет перехода на биоразлагаемые материалы; снижение объема пищевых отходов на 25% за счет оптимизации планирования производства и нормирования сырья; увеличение доли местного сырья в производстве до 85% (против 60% ранее), что сокращает углеродный след от логистики.