

СТРАТЕГИЯ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ СБЫТА В РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛЕ

Азаренок Н.Ю., Николаенко В.В.
Могилевский государственный университет продовольствия
г. Могилев, Беларусь

Стратегия повышения эффективности сбыта в розничной торговле «продуктовый ящик» в Республике Беларусь не применяется. Однако данная форма сбыта поможет расширить рыночные возможности торговых сетей с продукцией собственного производства («Евроопт», «Гиппо» и др.).

«Продуктовый ящик» в розничной торговле – это что-то среднее между классическим продуктовым магазином и «кулинарными курсами».

Найти рецепт в современном мире online просто. Проблема заключается в подборе всех ингредиентов для готовки блюда – это время и силы покупателя. Для определенных блюд и кулинарных изделий требуются продукты из ассортимента не одного торгового предприятия.

Данная стратегия набирает обороты за рубежом. Бывший консультант McKinsey Рамин Гоо создал свою сеть магазинов «Kochhaus», что с немецкого переводится как «Дом повара».

В отличие от стандартных магазинов, где продукты выложены на прилавки по законам мерчандайзинга и каждый покупатель просто выбирает все, что ему необходимо, в магазине «Kochhaus» все продукты разложены на специальные столы, рядом с которыми размещены доски с фотографиями блюд, ингредиентов, ценой за порцию. Все необходимые ингредиенты представлены покупателю как на сцене, красиво разложены и освещены, мясо, рыба или сыр лежат в маленьких холодильниках возле стола. Продукты рассчитаны на порции: возле каждой тарелки с картофелем или помидорами написано, сколько штук нужно для определенного количества человек.

Определившись с рецептом, покупатель набирает продукты на необходимое количество человек и расплачивается за порции. К каждому блюду прилагается флайер с рецептом, каждый шаг в приготовлении подробно описан и сфотографирован, как в инструкции по сборке конструктора.

В магазине такого формата действуют определенные правила: блюдо не должно стоить дороже определенной суммы за порцию; раз в неделю в список добавляются два-четыре новых рецепта; почти в каждом из них есть один экзотический компонент, который сложно найти в обычном супермаркете; приготовление блюда не должно занимать больше одного часа, а количество шагов приготовления не должно превышать 12.

Покупатели розничного предприятия со стратегией «продуктовый ящик» – это люди, которые хотели бы готовить, но не знают точно, как это делать и требуют помощи.

При проведении исследований в области стратегий повышения эффективности сбыта были составлены «продуктовые ящики» традиционных блюд и кулинарных изделий на основании анкетирования потребителей в розничной торговле; сформированы паспорта качества по потребительским свойствам основных ингредиентов.