

*Макаров А.А., к.э.н., доцент,
Среднерусский гуманитарно-технологический институт, г. Обнинск*

**ФИРМЕННАЯ ТОРГОВЛЯ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ ПИЩЕВОЙ
ПРОДУКЦИИ МОСКОВСКОЙ ОБЛАСТИ: АСПЕКТЫ ЕЁ
ОРГАНИЗАЦИИ**

В публикации охарактеризованы некоторые особенности деятельности объектов фирменной торговли ряда предприятий пищевой промышленности, расположенных в муниципальных образованиях Московской области.

Ключевые слова: Московская область; пищевая промышленность региона; мясокомбинаты; хлебокомбинаты; фирменная торговля; магазины и объекты фирменной торговли пищевых предприятий.

*Makarov A.A., Ph.D., Associate Professor,
Central Russian Humanitarian and Technological Institute, Obninsk*

**BRAND TRADE OF FOOD PRODUCERS OF THE MOSCOW REGION:
ASPECTS OF ITS ORGANIZATION**

The publication describes some of the features of the activities of branded trade objects of a number of food industry enterprises located in the municipalities of the Moscow region.

Key words: Moscow region; food industry in the region; meat processing plants; bakeries; branded trade; shops and facilities of branded trade of food enterprises.

Пищевая и перерабатывающая промышленность занимает одно из ведущих мест в экономическом комплексе Московской области, является одним из общероссийских лидеров [1, 2, 5, 8, 9, 10]. И тем значимее являются

вопросы целесообразности изучения опыта производственно-коммерческой деятельности крупнейших региональных производителей.

В мясомолочном подкомплексе региональной пищевой промышленности выделяются следующие примеры успешной деятельности производителей. Открытый в 1939 г. небольшой пункт по убою скота, появившийся на окраине Клина, превратился в современный мясокомбинат «Клинский» с высокотехнологичными цехами и лабораториями. С 1963 г. ведет свою историю ЗАО «Завод стерилизованного молока «Можайский» - уникальное производство молочной продукции, основанное на двукратной пастеризации молочного сырья, придающей ей кремовый оттенок и привкус карамелизации. На протяжении двадцатилетнего периода европейского качества продукция ООО «МПЗ «РЕМИТ» (г.о. Подольск) востребована потребителями [3, 5, 6].

В старинных русских городах – Коломне и Серпухове – действуют ведущие хлебопекарные предприятия – акционерные общества «Коломнахлебпром» и «Серпуховхлеб», 90-летние юбилеи которых праздновались в 2019 г. В состав этих АО входят хлебозаводы, кондитерские, сухарно-бараночные цеха, выпускающие каждый свыше 50 тонн продукции в сутки. ООО «Жуковский хлеб» (основан хлебокомбинат в 1951 г.) – одно из динамично развивающихся хлебопекарных предприятий Подмосковья, в составе которого два самостоятельных производства [4, 7, 8].

Для всех указанных пищевых предприятий характерно наличие объектов фирменной торговли, что очень значимо в условиях невозможности для большинства товаропроизводителей представления продукции в магазинах федеральных торговых сетей и объективного ограничения размера рентабельности их деятельности (табл.1).

Необходимо отметить, что для всех объектов фирменной торговли представленных товаропроизводителей характерны удлиненный режим работы, возможность совершения "комплексной" покупки продтоваров, обслуживание квалифицированными и доброжелательными сотрудниками. Также очень значимым фактором является постоянное наличие полного ассортимента

выпускаемой собственной продукции, легальность и доброкачественность которой прослеживается на всех этапах технологического процесса и гарантируется производителем.

Таблица 1 – Характеристика аспектов деятельности объектов фирменной торговли производителей пищевой продукции Подмосковья

Параметр	АО «Мясокомбинат «Клинский»	ЗАО «Завод стерилизованного молока «Можайский»	ООО «МПЗ «Ремит»	АО «Коломна Хлебпром»	ООО «Жуковский хлеб»	АО «Серпухов хлеб»
Уникальное торговое предложение производителя	Широкий спектр мясной продукции и п/ф собственного изготовления	Молоко «Можайское» с характерным привкусом как у топленого в русской печи	Широкий спектр мясной продукции и п/ф собственного изготовления	Коломенская пастила	Хлебопекарная соломка	сахарно-бараночная продукция, изделия леч.-функц. назначения
Организатор фирменной торговли	ИП	ИП	Франчайзинговые партнеры	Торговый дом	ИП	Торговый дом «Колобок»
Формат объектов фирменной торговли	Объекты мелкорозничной торговли		Магазины и гастрономические бутики	Минимаркеты и объекты мелкорозничной торговли		Объекты мелкорозничной торговли
Расположение	Территория муниципального образования (МО)		М.О. столичного региона	Территория муниципального образования		
Форма торгового обслуживания	Традиционная		Комплексное обслуживание покупателей			Традиционная
Возможность совершения комплексной покупки	Собственная продукция производителя	Наличие некоторых сторонних товаров	Широкий ассортимент продовольственных товаров	Универсальный ассортимент товаров	Бакалейные и молочные товары	Собственная продукция товаропроизводителя
Оказание дополнительных услуг	Нарезка гастрономических товаров	-	сотрудничество с платформами-агрегаторами заказов	Возможность предварительного заказа кондитерской и хлебобулочной продукции к торжествам		
Наличие услуг общественного питания	-	-	Миникафе	-	Кафетерий	Кофе-автоматы
Мероприятия по стимулированию спроса	Разработанные стандарты и требования по выкладке продукции; периодическое снижение цен на продукцию собственного ассортимента; участие в региональных/муниципальных программах продвижения местной продукции					
Рекламно-информационная деятельность	Вывеска, «уголок потребителя», листовки с указанием потребительских свойств новой продукции, полиграфическое исполнение ценников					

При этом, объекты фирменной торговли предлагают всегда самую свежую продукцию благодаря организации её поставок небольшими партиями

с учетом колебаний спроса (для хлебобулочной продукции – 2-3 раза в день). Вместе с тем, «эти магазины не всегда находятся в шаговой доступности для потребителя и не могут конкурировать с сетевыми супермаркетами по количеству и разнообразию торговых акций, проводимых в целях привлечения покупателя» [7].

Представленная информация свидетельствует о полном соответствии магазинов и мелкорозничной торговой сети производителей пищевой продукции Подмосковья требованиям, предъявляемым к объектам фирменной торговли (по критериям полноты ассортимента, формам торгового обслуживания, осуществления рекламно-информационной деятельности, квалификации сотрудников).

Использованные источники

1. Башина О.Э. Хлеб – всему голова: эволюция производства хлеба в России / О.Э. Башина, Л.В. Матраева, Н.Н. Калинин //Высшее образование для XXI века: проблемы воспитания: XIV Международная научная конференция, МосГУ, 14–16 декабря 2017 г.: Доклады и материалы: в 2 ч. Ч. 2. / под общ. ред. И. М. Ильинского; науч. ред. Ч. К. Ламажаа. — М.: Изд-во Моск. гуманитар. ун-та, 2017. — 622 с. – С.226-231.
2. Башина О.Э., Царегородцев Ю.Н. Исследование современного состояния и перспектив развития пищевого производства в Российской Федерации //Моисеевские чтения: Культура и гуманитарные проблемы современной цивилизации: доклады и материалы Общероссийской (национальной) научной конференции. Москва, 11–12 марта 2020 г. / под ред. А. В. Костиной, В. А. Лукова. — М.: Изд-во Моск. гуманитар. ун-та, 2020. — III–VII, 654 с. – С. 464-472.
3. Завод стерилизованного молока «Можайский» //Молочная промышленность. – 2010. - № 2. – С.42.

4. Ивушкина Е. Серпухов – хлебная благодать //Хлебопродукты. – 2008. - № 8. – С. 18-19.
5. Императивы бизнеса [Текст] / под ред. Ю.Н. Клещевского, И.А. Кудряшовой; Кемеровский институт (филиал) РЭУ им. Г.В. Плеханова. – Кемерово: Кемеровский институт (филиал) РЭУ им. Г.В. Плеханова, 2017. – 280 с.
6. Кризис помогает нам сосредоточиться на главном //Мясные технологии. – 2015. - № 1 (145). – С. 14-17.
7. Мурзак Н.А. Производитель и торговые организации: антагонисты или союзники //Стандарты и качество. – 2012. - № 2. – С. 94-97.
8. Пошкус Б.И. Экономика сельского хозяйства Московской области //Агропродовольственная политика России. – 2013. - № 12 (24). – С. 5-9.
9. Современное предпринимательство в инновационной экономике: теория и практика: Монография /отв. ред. Эскиндаров М.А. – М.: Издательство «Перо», 2015. – 330 с.
10. Торговое дело: коммерция, маркетинг, менеджмент. Теория и практика: Монография /под науч. ред. д.э.н., проф. Д.И. Валигурского. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2017. – 410 с.