

УДК 658.8:637.146.34

ОБОСНОВАНИЕ РЕКОМЕНДАЦИЙ ПО СОХРАНЕНИЮ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ СВОЙСТВ ЙОГУРТОВ И СОВЕРШЕНСТВОВАНИЮ МЕТОДОВ ИХ ПРОДАЖ

*Семирханов О.Р., студент 1 курса колледжа агротехнологий и бизнеса
Научный руководитель – Семирханова О.Н., к.э.н., доцент
ФГБОУ ВО Ульяновский ГАУ*

Ключевые слова: *потребительские свойства, товарооборот, ассортимент, стимулирование продаж, экономическая эффективность.*

С целью сохранения потребительских свойств при транспортировании товаров, в статье предлагается установить на автомобиль торгового предприятия изотермический фургон (термобудку). В результате проведения мероприятий по сохранению качества товаров и стимулированию их продаж представлены прогнозируемые экономические показатели предприятия.

Качество молочной продукции должно быть под постоянным контролем, так как это предмет массового спроса. Улучшение потребительских свойств йогуртов в пределах торгового предприятия не может быть возможным, так как мы не можем повлиять на технологию их производства. Поскольку йогурт является скоропортящимся продуктом, важно сохранить его потребительские свойства вплоть до окончания срока годности. Правильное хранение позволяет сберечь его пищевую и биологическую ценность, предохраняет от порчи. Главным правилом при хранении является соблюдение условий хранения, которые указаны на упаковке [1, с. 146].

Для хранения йогуртов в минимаркете ИП Камаевой Р.А. используются современные холодильные оборудования, которые отлично сохраняют все полезные свойства йогуртов.

Немаловажным фактором в сохранении качества йогуртов (а так же и других скоропортящихся товаров) является их перевозка. Упаковка продукта должна быть целой, неповрежденной и обеспечивать продукт защиту от загрязнений и проникновения микроорганизмов. Для этого особое внимание нужно уделить транспортированию товара. Поскольку владельцы магазина сами осуществляют перевозку товаров с оптовой базы, можно установить на автомобиль «Газель» изотермический

фургон (термобудку), преимущество которой является полностью термозащищенность груза. В динамике лет товарооборот от реализации йогуртов, сохраняя их качество, составит 173985,6 рублей. Установить термобудку можно за 54500 рублей. При этом расходы увеличатся на 51,6%, но через год они окупятся и торговое предприятие от продажи качественной продукции станет получать прибыль.

Рассматривая формирование ассортимента йогуртов, реализуемых ИП Камаевой Р.А., были выявлены наиболее востребованные наименования йогуртов, требующие стимулирования продаж [2,3].

Одним из способов стимулирования продаж, является использование аромаркетинга, в основе которого лежит воздействие ароматов на поведение человека. Аромат это самый мощный и недорогой способ создать эмоциональную связь между потребителем и брендом. Для молочного отдела идеально подойдет нежный аромат «персика», «клубники». В расходы войдут всего лишь покупка оборудования для аромаркетинга – аэрозольный диспенсер и баллончик с нужным ароматом (2600 рублей).

В 2016 году на товарооборот йогуртов пришлось 114615 рублей. После использования приемов аромаркетинга товарооборот по данной продукции в магазине может увеличиться на 2,8%, что составит 117824 рубля, а расходы будут минимальные – 2,5%. Применение данного маркетингового хода будет эффективно влиять на прибыль магазина и привлечения покупателей.

Проанализировав ассортимент йогуртов согласно методу МакКинзи, были выявлены йогурты таких наименований как «Фруате», «Савушкин йогурт», «Активиа», «Даниссимо», попавшие в позицию матрицы со средней конкурентоспособностью товаров и средней привлекательностью рынка. Для того, что бы повысить конкурентоспособность данной продукции или укрепить их позиции на рынке, предлагаем провести рекламную акцию в виде дегустации, которое поможет потенциальным покупателям познакомиться с ассортиментом йогуртов, повысит их интерес к данной продукции. Дегустация является относительно недорогим способом продвижения продукции [4].

Предлагаем провести дегустацию в течение двух недель, два раза в неделю по субботам и воскресениям с 11:00 до 13:00, так как в это время посетителей в магазине больше, чем в будние дни.

В результате проведения данного мероприятия ожидается увеличение выручки от продаж йогуртов в планируемом году на 12,1%, что составит 128483,4 рублей, при этом расходы увеличатся на 11,3 %.

Таблица 1– Результаты деятельности минимаркета ИП Камаевой Р.А. после проведения мероприятий

№ п/п	Показатели	Факт	План на 2018г с термобудкой	План на 2018г. с аромамаркетингом	План на 2018г. с дегустацией	План на 2018г., среднее значение
1	Товарооборот, руб.	114615	173985,6	117824	128483,4	140097,7
2	Издержки, руб.	105675	160175	108275	117653	128701
3	Прибыль, руб.	8940	13810,6	9549,2	10830,4	11396,7
4	Уровень рентабельности, %	7,8	7,9	8,1	8,4	8,1

Более подробные результаты использования выше перечисленных рекомендаций по улучшению потребительских свойств и стимулированию методов продаж приведены в таблице 1.

Подводя итоги, отметим, что с учетом всех мероприятий товарооборот в среднем составит 140097,7 рублей, уровень рентабельности по сравнению с 2016 годом повысится на 0,3 п.п. Такое эффективное управление ассортиментной политикой магазина улучшит результаты экономической деятельности ИП Камаевой Р.А., если руководство примет меры и воспользуется рекомендуемыми предложениями.

Библиографический список

1. Семирханова, О.Н. Современное развитие коммерческой деятельности в розничной торговле / О.Н. Семирханова // Экономика и управление: анализ тенденций и перспектив развития: сборник материалов I международной научно-практической конференции.– Новосибирск: Издательство НГТУ, 2012. – Часть 2. - С.144-147.
2. Семирханова, О.Н. Инновационное развитие коммерческой деятельности торгового предприятия в современных рыночных условиях / О.Н. Семирханова, В.А. Асмус; отв. ред. А.А Сукиасян // Инновационное развитие современной науки: сборник статей Международной научно-практической конференции (в 9 частях).– Уфа: РИЦ БашГУ, 2014. – Часть 2. -С.183-184.
3. Самоварова, Т.А. Эффективная маркетинговая стратегия как приоритетное направление повышения конкурентоспособности пред-

- приятия / Т.А. Самоварова, О.Н. Семирханова // Молодые ученые в решении актуальных проблем науки. Материалы международной научно – практической конференции молодых ученых и специалистов. Секция 3: Управления качеством и конкурентоспособностью потребительских товаров. Экономика АПК. Профессиональное образование: опыт, проблемы, задачи, перспективы развития. 16 – 17 декабря 2015 года. – Троицк: ЮУрГАУ, 2015. – С.169-173.
4. Семирханова, О.Н. Современное состояние и перспективы развития коммерческой деятельности предприятий общественного питания / О.Н. Семирханова, С.Ю. Петрякова // **СОВРЕМЕННЫЙ ВЗГЛЯД НА БУДУЩЕЕ НАУКИ**: сборник статей международной научно-практической конференции (в 3 частях). - Пермь: АЭТЕРНА, 2016. – С.173-175.
 5. Дозорова, Т.А. Коммерческая деятельность: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по экономическим направлениям / Т.А. Дозорова, О.Н. Семирханова. – 2-изд., перераб. – Ульяновск: УГСХА им. П.А. Столыпина, 2016. – 162с.
 6. Дозорова, Т.А. Бизнес-планирование: учебное пособие для студентов направлений подготовки 38.03.02 «Менеджмент», 38.03.01 «Экономика» для сельского, лесного и рыбного хозяйства / Т.А. Дозорова, В.М. Севастьянова. – Ульяновск: УГСХА им. П.А. Столыпина, 2017. - 184 с.
 7. Дозорова, Т.А. Региональное планирование, прогнозирование и программирование: учебное пособие для студентов магистратуры, обучающихся по направлению подготовки: 38.04.01 Экономика, магистерская программа «Региональная экономика» для сельского, лесного и рыбного хозяйства / Т.А. Дозорова. – Ульяновск: УГСХА им. П.А. Столыпина, 2017. – 92 с.

JUSTIFICATION OF RECOMMENDATIONS ON CONSERVATION OF CONSUMER PROPERTIES OF YOGHURTS AND IMPROVEMENT OF THE METHODS OF THEIR SALES

Semirkhanov O.R.

Keywords: *consumer characteristics, turnover, product range, sales promotion, economic efficiency.*

In order to preserve the properties of consumer goods during transportation, the article proposes to establish a car trade company isothermal van (termobudku). As a result of measures to preserve the quality of products and stimulate their sales projections presented economic indicators of the company.