

УДК 339.187:621.56:658

## **РЕКОМЕНДАЦИИ ПО СОХРАНЕНИЮ КАЧЕСТВА БЫСТРОЗАМОРОЖЕННЫХ ПРОДУКТОВ И СТИМУЛИРОВАНИЮ ИХ ПРОДАЖ НА ПРЕДПРИЯТИИ**

*Семирханов О.Р., студент 2 курса колледжа  
агротехнологий и бизнеса  
Научный руководитель – Семирханова О.Н., к.э.н., доцент  
ФГБОУ ВО УлГАУ*

**Ключевые слова:** *потребительские свойства, товарооборот, реклама, акция, стимулирование продаж.*

*С целью сохранения потребительских свойств и уменьшения потерь при хранении в статье предлагается заменить старые морозильные лари на новые. Для эффективного продвижения быстрозамороженных продуктов рекомендуется проведение рекламы, акции по снижению цены, расширение ассортимента. В результате проведения рекомендуемых мероприятий представлены плановые экономические показатели.*

Покупатели хотели бы, чтобы быстрозамороженные продукты сохраняли полезные свойства в течение длительного периода времени. Быстрозамороженные овощи хранятся при температуре минус 18 °С, следовательно, для сохранения потребительских свойств, быстрозамороженные овощные смеси необходимо хранить в морозильных камерах. Для уменьшения потерь при хранении с 0,3% до 0,04%, необходимо заменить старые морозильные лари DF140SF-S на новые, более усовершенствованные, DF120SC-S стоимостью 13200 руб. Затраты на их транспортировку составляют 3000 руб.

Расчеты показали, что сокращение (эффект от уменьшения потерь) величины потерь составит 204,98 руб., а сокращение (эффект от уменьшения энергопотребления) величины потребляемой энергии - 3080 руб. Таким образом, при замене морозильных ларей DF140SF-S на более новые - DF120SC-S, товарооборот быстрозамороженных овощных смесей вырастет на 3284,98 руб. В свою очередь покупка новых морозильных ларей окупиться за 5 лет [1,2,3].

Реклама является основным двигателем в продвижении товара. Предлагается выпускать рекламу быстрозамороженных овощных смесей в местной газете «Вперед» г.Инзы.

**Таблица 1 - Влияние акции на товарооборот**

Товарооборот быстрозамороженных овощных смесей	
за 15 дней, до проведения акции, руб.	за 15 дней, во время проведения акции, руб.
3285	5100

Таким образом, если во время проведения рекламы произойдет увеличение товарооборота с 1% до 15%, то в денежном выражении это составит от 65,48 руб. до 982,13 руб. В среднем за месяц товарооборот быстрозамороженных овощных смесей увеличится на 523,8 руб.

Быстрозамороженные овощные смеси это часто употребляемая пища в постные дни. Исходя из этого, для того чтобы повысить уровень товарооборота, необходимо сделать акцию по снижению цены на быстрозамороженные овощные смеси во время поста (15 дней) (таблица 1).

Таким образом, проведенной акции по снижению цены на быстрозамороженные овощные смеси, сроком на 15 дней, позволит увеличить товарооборот на 1815 рублей.

В качестве предложения, магазину «Магнит» следует расширить ассортимент быстрозамороженных овощных смесей, с разным составом. Так как вкусовые предпочтения потребителей абсолютно разные. Магазины, для расширения ассортимента, можно ввести в продажу новый вид быстрозамороженной овощной смеси – «4 сезона «Восточная смесь»», отечественного производства [3,4].

Расширение ассортимента быстрозамороженных овощных смесей, должна привести к увеличению товарооборота. Товарооборот составляет 78570 руб. в год. Для того чтобы рассчитать на сколько увеличиться товарооборот, необходимо провести экспертную оценку. Экспертами выступали сотрудники магазина. Данные оценки представлены в таблице 2.

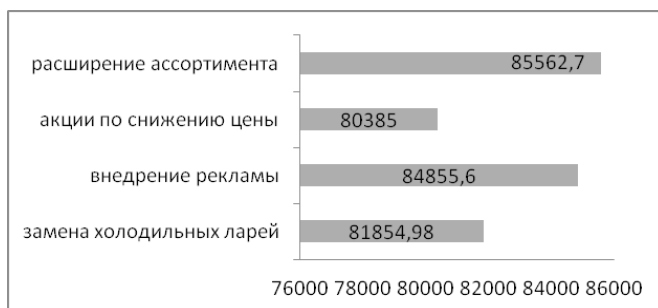
Таким образом, за счет расширения ассортимента быстрозамороженных овощных смесей, магазин «Магнит» может увеличить товарооборот на 6992,7 руб.

На рисунке 1 представлены сводные результаты проведения мероприятий по увеличению товарооборота.

По данным рисунка видно, наиболее эффективным является расширение ассортимента быстрозамороженных овощных смесей.

**Таблица 2 – Результаты экспертной оценки увеличения  
товарооборота за счет расширения ассортимента  
быстрозамороженных овощных смесей**

№ эксперта	Балл авторитетности эксперта балл	Оценка эксперта, %	Взвешенная оценка эксперта, %
1	0,6	56,0	33,6
2	1	47,5	47,5
3	0,8	51,3	41,04
4	0,4	60,0	24,0
5	0,7	58,0	40,6
6	0,7	63,0	44,1
7	0,6	53,0	31,8
8	0,3	41,0	12,3
9	0,5	48,0	24,0
Итого	5,6	477,8	298,94



**Рисунок 1 – Плановый товарооборот быстрозамороженных овощных смесей за счет проведения мероприятий, руб.**

В целом можно отметить, что проведение рекомендуемых мероприятий положительно скажется на экономических результатах и имидже предприятия.

*Библиографический список:*

1. Семирханова, О.Н. Эффективные методы анализа и управления ассортиментом продукции [Электронный ресурс]/ О.Н. Семирханова, С.Ю. Петрякова // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2016. – Том15. – .

- Режим доступа: <http://e-koncept.ru/2016/86911.htm>
2. Семирханова, О.Н. Управление ассортиментом продукции как инструмент повышения эффективности современного бизнеса / О.Н. Семирханова, С.Ю. Петрякова // Экономика и предпринимательство. – 2014. - №8 (49). – С.813 – 816.
  3. Самоварова, Т.А. Эффективная маркетинговая стратегия как приоритетное направление повышения конкурентоспособности предприятия / 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 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.

## RECOMMENDATIONS FOR STORING QUALITY OF QUICK-FROZEN PRODUCTS AND FOR STIMULATION OF THEIR SALE AT THE ENTERPRISE

*Semirkhanov O.R.*

**Keywords:** *consumer properties, turnover, advertising, promotion, promotion of sales.*

*In order to preserve consumer properties and reduce storage losses, the article proposes replacing old freezers with new ones. To effectively promote quick-frozen products, it is recommended to conduct advertising, promotions to reduce prices, expand the range. As a result of the recommended activities, planned economic indicators are presented.*