

ПЕРСПЕКТИВЫ ЭКОНОМИЧЕСКОГО СОТРУДНИЧЕСТВА БЕЛАРУСИ С СОПРЕДЕЛЬНЫМИ ГОСУДАРСТВАМИ В ПИЩЕВОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

О. И. Зорька

*Учреждение образования «Гомельский государственный технический
университет имени П. О. Сухого», Республика Беларусь*

Научный руководитель Л. Л. Соловьева, канд. экон. наук, доцент

Мороженое – это вкусный и полезный десерт, который любят и взрослые, и дети. Во всем мире считается, что это самый безопасный и доступный вид удовольствия, не запрещенный никакими правилами приличия и традициями.

Целью исследования является разработка мероприятий, направленных на развитие экономического сотрудничества предприятия СООО «Ингман мороженое»

с сопредельными государствами. Объектом исследования выступает указанное предприятие. Предметом исследования является экономическое сотрудничество данной компании с сопредельными государствами.

СООО «Ингман мороженое» постоянно совершенствует производимую продукцию и увеличивает объемы сбыта, улучшая качество мороженого, меняя его упаковку, расширяя ассортимент, регулируя цену продукции и увеличивая количество используемой рекламы.

Для того чтобы определиться с тем, какой новый продукт производить, обратимся к потребителям посредством опроса. В проведенном анкетировании выяснилось следующее: из различных видов мороженого потребители отдают предпочтение мороженому в вафельном рожке (рис. 1). Также выяснилось, что потребители больше любят пломбир (34,3%), на втором месте – шоколадное мороженое (33,3%), а на третьем – мятное мороженое (10,8%). Структура ответов представлена на рис. 1.

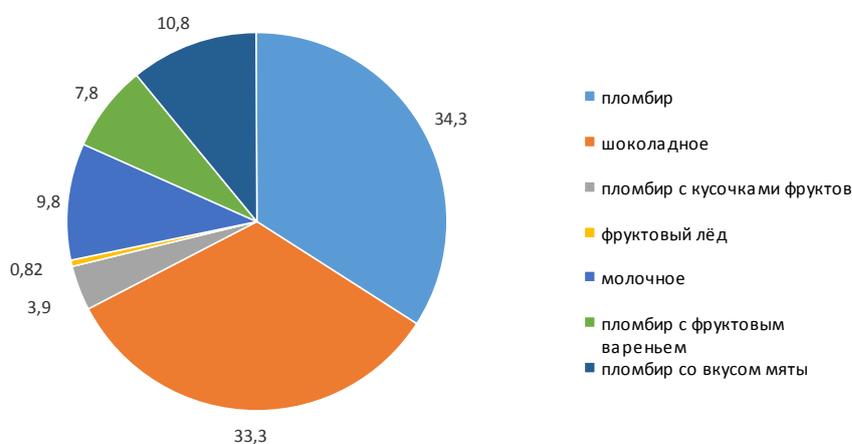


Рис. 1. Структура ответов на вопрос: «Какое Вы предпочитаете мороженое?»

И пломбир, и шоколадное мороженое очень распространены, а видов подобного мороженого много как и у СООО «Ингман мороженое», так и у его основных конкурентов, из-за чего пломбир или шоколадное мороженое как новый продукт не будет интересен потенциальным покупателям. Так как многие респонденты ответили, что им нравится мятное мороженое, видов которого на белорусском рынке очень мало, и они предпочитают мороженое в вафельных рожках, то, начав производство мятного мороженого в рожке, можно «выделиться» среди конкурентов.

Были рассчитаны стоимость рецептуры мятного мороженого в расчете на порцию массой 100 г, которая составила 0,62 р., полная себестоимость производства нового продукта – 1,10 р. за 100 г, а также цена реализации новой продукции, прибыль, годовой объем производства и уровень рентабельности.

Данное мероприятие позволит получить прибыль в размере 28000 р. в год при объеме выпуска, равном 4 т. Одна порция мятного мороженого массой 100 г будет стоить 1,80 р. Новый продукт обладает высокой рентабельностью, равной 63,64 %, что еще раз доказывает, что данное мероприятие является эффективным.

Целевым рынком для СООО «Ингман мороженое» является Республика Беларусь, но оно также осуществляет поставки за границу, в Центральную и Восточную Европу, Россию.

Под выходом на новые рынки подразумевается проработка новой рыночной ниши. Ниша, в свою очередь, представляет собой достаточно ограниченный сегмент рынка, который потенциально сулит компании выгоду в виде дополнительной прибыли.

К числу ближайших «соседей» Республики Беларусь относится Польша, с которой сотрудничают многие белорусские фирмы, и между ними налажены торгово-экономические отношения, поэтому опыт взаимодействия белорусских компаний с польскими есть, что облегчает процедуру выхода на рынок данной страны.

Польский ассортимент мороженого схож с белорусским, что позволит предприятию СООО «Ингман мороженое» поставлять на польский рынок ту же продукцию, что и на белорусский рынок, в данном случае мятное мороженое, и это значительно сократит затраты при выходе предприятия на новые рынки сбыта в Польше.

При решении проблемы «времени и места покупки» в маркетинге используется политика распределения. В Республике Беларусь указанное предприятие распространяет свою продукцию через розничную торговлю, а именно – через такие торговые сети как «Евроопт», «Алми», «Дионис» и многие другие крупные и мелкие сети магазинов и отдельные магазины.

Свою продукцию в Польше данная фирма будет распространять так же как и в Республике Беларусь – посредством розничной торговли, например, через сети немецких супермаркетов LIDL (ЛИДЛ) и Auchan (Ашан), которые занимают на польском потребительском рынке важное место. В данных магазинах помимо всего прочего представлен широкий выбор продуктов питания высокого качества польских и европейских производителей. Поскольку сеть магазинов LIDL является немецкой, то сотрудничество с ней может помочь предприятию в будущем выйти на немецкий рынок. Обе сети магазинов распространены по всей Польше, однако наибольшее количество их магазинов расположено в г. Гданьске [1], [2].

Расстояние от Гомеля до Гданьска равняется 1067 км. Для доставки продукции СООО «Ингман мороженое» может воспользоваться услугами грузоперевозки предприятия ООО «ПрайдИндастри», стоимость перевозки которого равна 2,50 р./км. Транспортные расходы на перевозку продукции составят 2667,50 р. [3].

Для выхода на польский рынок мороженого необходимо разработать новый дизайн упаковки на польском языке. Макет новой упаковки предприятие может заказать у предприятия MEGAPOLIS MEDIA за 45 р. [4].

При определении предполагаемого объема продаж были учтены мнения экспертов по данному вопросу. Экспертами по этой теме стали руководители и начальники отдела маркетинга и отдела продаж. Среднее значение предполагаемого объема продаж равняется 1723,20 тыс. р., также был рассчитан коэффициент вариации, который составил 0,17, что означает согласованность мнений экспертов.

В ходе исследования было выяснено, что при выходе на польский рынок с мятным мороженым прибыль предприятия вырастет на 213210 р. Эффект от данного мероприятия составит 176033,50 р. Таким образом, у белорусско-польского сотрудничества могут быть очень хорошие перспективы, которые будут способствовать увеличению прибыли, а также развитию международных отношений.

Л и т е р а т у р а

1. LIDL Polska. – Режим доступа: <https://www.lidl.pl/>. – Дата доступа: 04.03.2020.
2. Auchan Polska. – Режим доступа: <https://www.auchan.pl/pl>. – Дата доступа: 10.03.2020.
3. ООО «ПрайдИндастри». Международные грузоперевозки автомобильным транспортом. – Режим доступа: <http://prideindustry.by/>. – Дата доступа: 04.03.2020.
4. MEGAPOLIS MEDIA. Рекламное агентство полного цикла. – Режим доступа: <https://www.megapolis-reklama.by/>. – Дата доступа: 06.03.2020.