

СТИМУЛИРОВАНИЕ СБЫТА НОВОГО ВИДА ПРОДУКЦИИ С ПОМОЩЬЮ ДЕГУСТАЦИИ

К. С. Семенова

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

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

Дегустация – предложение потребителям попробовать продукт непосредственно в местах продажи [1].

Посредством дегустации у потребителей появляется возможность познакомиться с продвигаемым продуктом: попробовать его на вкус, запах, присмотреться, убедиться в его качестве и свойствах.

Цель исследования: изучение и внедрение дегустации, как средство продвижения и повышения спроса на определенный вид товара, что позволит дать большие объемы его продаж.

Цели дегустации:

- 1) быстро и без лишних затрат времени и денег познакомить покупателей с новым товаром;
- 2) сформировать положительный имидж товара;
- 3) повысить лояльность покупателей к продукту и производителю;
- 4) переключить потребителей с товара конкурента на ваш бренд;
- 5) повлиять на увеличение частоты покупки;
- 6) увеличить объем разовой покупки.

Успешный вывод нового продукта на рынок даже при условии его уникального вкуса и небольшой стоимости затруднен тем фактом, что потребителю проще купить уже знакомый товар, чем приобретать, даже широко разрекламированный, но никому не известный.

Дегустация предоставляет шанс потенциальным потребителям продукта проверить его перед покупкой и тем самым убедиться в его качестве, достоверности рекламы, а также сформулировать положительное мнение о производителе. То есть производитель при помощи дегустации может приобрести группу лояльных потребителей, повышая уровень спроса на новый продукт.

Дегустации различных видов продовольственной продукции чаще всего проводятся в сети розничной торговли: крупные универмаги и универсамы, гастрономы, специализированные магазины. Для достижения эффективности акции проводят не реже 2–3-х раз в неделю, в дни и часы наибольшей активности покупателей. По данным наблюдений, это четверг и (или) пятница с 16.00 до 20.00 и суббота с 11.00 до 15.00 [2].

Подобным образом организованные дегустации призваны: ознакомить по возможности как можно большее число потребителей с дегустируемыми видами продукции и увеличить объемы их реализации.

В целях ознакомления покупателей с новым видом продукции – йогурт с мармеладом – и увеличения спроса на него ОАО «Милкавита» следует провести в магазине дегустацию указанного товара.

Прежде чем проводить дегустацию, следует рассчитать затраты на ее проведение. Ориентировочная смета расходов на дегустацию представлена в табл. 1.

Таблица 1

Расходы на дегустацию нового продукта

| Статья расхода | Цена, р. | Количество | Сумма, р. |
|-----------------------|----------|-------------|-----------|
| Аренда промостойки | 25 | 1 шт. | 25 |
| Йогурт | 1,20 | 30 упаковок | 33 |
| Пластиковые ложки | 0,2 | 150 шт. | 0,30 |
| Салфетки | 0,40 | 2 пачки | 0,80 |
| Зарплата дегустаторам | 18 | 2 | 36 |
| <i>Итого</i> | – | – | 95,1 |

Для проведения дегустации нужно купить или арендовать дегустационную стойку. Было принято решение об аренде промостойки, стоимость данной услуги – 25 р., количество – 1 шт.

Далее определим, сколько упаковок йогурта нам понадобится. Дегустация будет проходить 5 ч. В среднем, в час к нам подойдет 30 человек и попробует по одной ложке йогурта. В ложке примерно 20 г. Следовательно, в час понадобится 600 г йогурта, это примерно 5 упаковок. Значит, за 5 ч мы используем 25 упаковок. Но было решено взять еще 5 пачек йогуртов на запас. Сумма – 33 р.

Следующий вид затрат – это одноразовая посуда, а именно – ложечки. Одна ложка стоит 0,2 копейки. Мы взяли 150 штук (за час подходит 30 человек, за 5 часов – 150). Итого – 30 копеек.

Также для дегустации было куплено 2 пачки салфеток по 100 штук. Одна пачка – 0,40 р., 2 пачки – 0,80 р.

И также была рассчитана заработная плата сотрудников. В среднем в Республике Беларусь зарплата составляет 639,6 р./мес. В месяце около 22 рабочих дней. Значит за 8 ч работы люди получают 29 р., а за 5 ч – 18 р. Так как у нас будет 2 сотрудника, то мы затратим 36 р.

Общая сумма – 95,1 р.

Исходя из приведенных цифр, можно со всеми на то основаниями утверждать, что дегустация является относительно недорогим способом продвижения продукции.

Не следует забывать о том, что дегустации еще и воздействуют непосредственно на целевую группу покупателей (в молочный отдел не заходит тот, кому нужны конфеты). По этой причине можно говорить о дегустации как об одном из наиболее эффективных способов продвижения продукта.

Предполагается, что после проведения таких акций будет рост объема продаж, доход вырастет.

Чтобы определить прибыль от проведения дегустации, нужно пригласить экспертов. Нашими экспертами будут начальники отдела сбыта, маркетинга и торгового отдела.

Анализируя табл. 2, видно, что по мнению экспертов процент роста прибыли колеблется в пределах 0,4–0,8 %. Среднее – 0,6 %.

Таблица 2

Распределение голосов экспертов

| Ответы | Эксперты | | | | | \tilde{x} |
|-----------------------|----------|-----|-----|-----|-----|-------------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
| Процент роста прибыли | 0,5 | 0,6 | 0,4 | 0,8 | 0,7 | 0,6 |

Рассчитаем коэффициент вариации:

$$K_v = \frac{\sigma}{x}, \quad (1)$$

где σ – среднее квадратичное отклонение; x – среднее значение исследуемого показателя;

$$\sigma = \sqrt{\frac{\sum(x - \tilde{x})^2}{n}}; \quad (2)$$

$$\sigma = \sqrt{\frac{(0,5 - 0,6)^2 + (0,6 - 0,6)^2 + (0,4 - 0,6)^2 + (0,8 - 0,6)^2 + (0,7 - 0,6)^2}{5}} = 0,11;$$

$$K_v = \frac{0,11}{0,6} = 0,18.$$

Мнения экспертов считаются согласованными, если $K_v < 0,33$. В нашем случае $0,18 < 0,33$ – мнения согласованы.

Рассчитаем прирост выручки по формуле (3):

$$\text{Прирост выручки} = \text{выручка} \cdot \frac{\tilde{x}}{100}; \quad (3)$$

$$\text{Прирост выручки} = 245465 \cdot \frac{0,6}{100} = 1472,8 \text{ тыс. р.}$$

Рассчитаем прибыль:

$$\text{Прибыль} = \frac{(\text{прирост выручки} \times \text{рентабельность})}{100 \% + \text{рентабельность}}; \quad (4)$$

$$\text{Прибыль} = \frac{(1472,8 \times 7,9)}{100 + 7,9} = 107,77 \text{ тыс. р.}$$

Рассчитаем эффект:

$$\text{Эффект} = \text{прибыль} - \text{затраты}; \quad (5)$$

$$\text{Эффект} = 107770 - 95,1 = 107674,9 \text{ бел. р.}$$

142 Современные модели социально ориентированной рыночной экономики

Итак, мы выяснили, что после проведения дегустации наша прибыль составит 107,77 тыс. р. Эффект составит 107674,9 бел. р.

Поэтому данное мероприятие является удачным для нашего предприятия.

Итак, при реализации данного мероприятия положение предприятия улучшится, это повысит имидж ОАО «Милкавита», будет способствовать расширению производства.

Производство нового вида продукции – йогурта – будет способствовать расширению ассортимента предприятия, а дегустация этого йогурта поможет увеличить прибыль предприятия.

Л и т е р а т у р а

1. Потребительский маркетинг – инструмент продвижения продукта // Malbusiness. – Режим доступа: <https://malbusiness.com/potrebiteLSkiy-marketing-instrument-prodvizheniya-produkta/>. – Дата доступа: 01.04.2020.
2. Организация и проведение дегустации // BTL агентство freeBTL. – Режим доступа: <http://freebtl.com/degustacia.htm>. – Дата доступа: 02.04.2020.