

РАСШИРЕНИЕ АССОРТИМЕНТА НА ОАО «МОЛОЧНЫЕ ПРОДУКТЫ»

Ю. С. Красева

*Гомельский государственный технический университет
имени П. О. Сухого, Беларусь*

Научный руководитель Л. М. Короткевич

Для того чтобы предприятие могло существовать на конкурентном рынке, ему необходимо постоянно повышать свою конкурентоспособность. Одним из способов повышения конкурентоспособности предприятия является расширение ассортимента продукции, что в свою очередь привлечет новых потребителей и сможет удержать уже имеющихся.

Рассмотрим данную возможность на примере ОАО «Молочные продукты».

Анализируя ассортиментную политику ОАО «Молочные продукты», мы пришли к выводу, что ассортимент является недостаточно широким, что для пищевой промышленности, при наличии большой конкурентной борьбы на рынке, является немаловажным. В целях увеличения объемов продаж на уже сложившемся рынке считаю целесообразным предложить ОАО «Молочные продукты» освоить выпуск нового товара, а точнее, изменение вкусовых свойств уже имеющегося товара.

Так как в настоящее время различные производители «балуют» потребителей, предоставляя продукты на различные вкусы и предпочтения, ОАО «Молочные продукты» необходимо также предоставить вкусовую новинку. А именно «Крем творожный взбитый «Мой десерт», «Новый вкус», что позволит расширить целевую аудиторию за счет новых вкусовых качеств.

Для определения целесообразности введения нового продукта был проведен опрос потребителей. Произведя расчет выборочной совокупности, получили, что не-

обходимый объем выборки для проведения исследования мнения потребителей при покупке «Крема творожного взбитого «Мой десерт» с новым наполнителем» 6 % равен 95 человек.

Для проведения опроса была разработана анкета.

В результате опроса мы выяснили, что на сегодняшний момент 58 % опрошенных респондентов не устраивает тот ассортимент творожных изделий ОАО «Молочные продукты», который представлен на рынке.

А на вопрос «Заинтересует ли Вас выпуск крема творожного с новым наполнителем?» были получены следующие ответы:

- а) да – 52 %;
- б) нет – 38 %;
- в) не знаю – 10 %.

Также мы выяснили, что наибольшей популярностью у потребителей будет пользоваться крем творожный с наполнителем «Киви-Крыжовник». На рис. 1 можно проследить процентное соотношение ответов потребителей относительно выбора нового наполнителя для крема творожного «Мой мир».



Рис. 1. Процентное соотношение ответов потребителей относительно выбора нового наполнителя для крема творожного «Мой мир»

Таким образом, можно сделать вывод, что выпуск нового «Крема творожного взбитого «Мой мир» 6 %» будет рациональным при выборе наполнителя «Киви-Крыжовник».

«Крем творожный взбитый «Мой мир» Киви-Крыжовник» 6 % производится из пастеризованного молока, сквашенного заквасками, обогащенного вкусовым наполнителем (джем из ягод киви и крыжовника). Хранится и реализуется в стаканах полистирольных.

При разработке данного продукта учитываются все нормы ГОСТов Республики Беларусь.

Расчет потребности в сырье и добавках необходимо вести отдельно по каждому творожному изделию, исходя из рецептуры его изготовления и выхода готовой продукции.

В табл. 1. представим рецептуру крема творожного взбитого «Мой Мир» Киви-Крыжовник 6 %.

Таблица 1

Рецептура крема творожного взбитого «Мой мир» Киви-Крыжовник 6 %

На 100 кг крема творожного	
1. Молочно-белковая основа в том числе:	75
1.1. Творог-ДМ	62
1.2. Сливки 35 % жирности	13
2. Сахар-песок	13
3. Пюре плодово-ягодное	12

Приготовление продукции будет происходить на имеющемся оборудовании и имеющимися работниками.

Для определения полной себестоимости продукции была составлена калькуляция (табл. 2).

Таблица 2

Калькуляция затрат на производство 100 кг крема творожного взбитого «Мой мир» Киви-Крыжовник 6 %

Статья	Затраты, р.
1. Сырье и материалы в том числе:	212500
1.1. Творог-ДМ	93000
1.2. Сливки 35 % жирности	26500
1.3. Сахар-песок	45000
1.4 Пюре плодово-ягодное «Киви-Крыжовник»	48000
2. Транспортные расходы	80000
3. Топливо и электроэнергия	97000
4. Заработная плата	111000
5. Отчисления в ФСЗН	37800
6. Общепроизводственные расходы	12000
7. Общехозяйственные расходы	9000
8. Производственная себестоимость	559300
9. Коммерческие расходы	55000
10. Полная себестоимость	614300

Из табл. 2 видно, что на производство 100 кг крема творожного взбитого «Мой мир» Киви-Крыжовник потрачено 614300 р. В эту стоимость входят затраты на сырье и материалы, транспортные расходы и т. д.

В общехозяйственные затраты входят все затраты, связанные со складированием, а также погрузкой продукции. В общепроизводственные включены все затраты, связанные с документацией.

Грамматура упаковки крема творожного взбитого «Мой мир» составляет 150 г. Учитывая грамматиру, рассчитали себестоимость одной упаковки данного крема, которая составит 930 р.

Используя метод прямого счета, рассчитали розничную цену упаковки продукции. Она составила 1490 р.

В год будем выпускать 1000 кг данного продукта.

В табл. 3 представим выручку и прибыль от реализации продукции на 5 лет.

Таблица 3

**Прибыль от реализации крема творожного взбитого «Мой мир»
Киви-Крыжовник 6%» за 2011–2015 годы**

Показатели	Ед. измерения	Годы				
		2011	2012	2013	2014	2015
1. Объем продаж	кг	1000	1000	1000	1000	1000
2. Общие затраты на ед. продукции	р.	930	980	1030	1080	1130
3. Цена ед. продукции	р.	1490	1550	1630	1710	1 800
4. Выручка от реализации	р.	1149000	1546780	1624120	1705100	1790600
5. Прибыль от реализации ед. продукции	р.	190	200	210	220	230
6. Прибыль от реализации продукции	р.	190000	200000	210000	220000	230000

Следовательно, внедрение нового вида крема творожного взбитого «Мой мир» 6 % не только расширит ассортимент выпускаемой продукции и поможет завоевать новые рынки, но и принесет дополнительную прибыль предприятию.