

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ РОЗНИЧНОЙ ПРОДАЖИ КОНДИТЕРСКИХ ИЗДЕЛИЙ (на примере кондитерской «Черника»)



Замолодская Е.О., студентка 3 курса, ТДБ -71,
Руководитель: О.В. Кондратьева, канд. экон. наук, доцент,
Сибирский университет потребительской кооперации, г. Новосибирск



Кондитерский рынок характеризуется высокой конкуренцией. Крупные кондитерские фабрики реализуют продукцию преимущественно через сетевые торговые точки. Небольшие компании чаще всего продают сладости самостоятельно через свои торговые точки и кафе. Наиболее **выгодный** сегмент рынка – это изготовление кондитерских изделий для потребителей со средним доходом.

Кондитерская «Черника» – профессиональная кондитерская студия, работающая в формате европейского семейного бизнеса. Предприятие соблюдает высокие стандарты качества и сроки заказов. Изготавливает торты и десерты для мероприятий любого уровня – от детского праздника



За 2018-2020 гг. в ООО «ЛАВ» происходило постоянное увеличение выручки от реализации, себестоимости реализованных товаров, издержек обращения, балансовой и чистой прибыли, а также налоговых платежей

Показатель	Абсолютные величины, тыс. руб.				
	Годы			Отклонение	
	2018	2019	2020	2019/ 2018г.	2020/ 2019 гт.
Выручка (нетто) от продаж	2742	4998	7107	225	211
Себестоимость проданных товаров	1794	3469	4508	199	126
Валовая прибыль	947	1528	2599	27	85
Коммерческие расходы	918	1484	2534	-1,4	1,9
Прибыль (убыток) от продаж	29	44	65	15	21
Налоговые платежи	33	48	120	15	72
Чистая прибыль (убыток) отчетного периода	19	34	61	15	27
Рентабельность продаж	0,35	0,31	0,37	-0,04	0,06

В структуре ассортимента продукции кондитерской преобладают торты.

Структура ассортимента кондитерской «Черника» по объему продаж За 2020 год

Товары	2020	
	Тыс. руб.	%
Обычные торты	2487	35
Свадебные торты	1778	23
Детские торты	1279	17
Праздничные торты	924	12
Макароны	640	8
Капкейки на заказ	213	2
Наборы пирожных	213	2
Домашние конфеты	135	0,63
Фигурные пряники	18	0,25
Домашние овсяные печенья	8	0,12
Итого:	7107	100

АВС-анализ товарного ассортимента кондитерской «Черника»

№	Название изделия	Товарооборот, тыс. руб.	Доля в продажах (%)	Доля с нарастающим итогом	Группа
1	Торты	2487	35	35	A
2	Свадебные торты	1778	23	58	A
3	Детские торты	1279	17	75	A
4	Праздничные торты	924	12	87	B
5	Макароны	213	8	95	B
6	Капкейки	213	2	97	B
7	Наборы пирожных	135	2	99	B
8	Домашние конфеты	18	0,63	99,63	C
9	Фигурные пряники	8	0,25	99,88	C
10	Домашние овсяные печенья	213	0,12	100	C

Продажа товаров в кондитерской «Черника» осуществляются следующими методами:

через прилавок

через интернет-магазин

Для увеличения числа покупателей и увеличения объемов продаж кондитерская «Черника» использует следующие методы стимулирования сбыта: скидки, бонусные карты, подарки.

С целью увеличения продаж кондитерских изделий предлагаются рекламные мероприятия по продвижению продукции: участие в специализированных выставках и ярмарках; реклама в целевых периодических журналах и газетах; реклама на специализированных интернет ресурсах.

1. В качестве выставки выбрана выставка Сибирская продовольственная неделя 2021 – выставка продуктов питания, напитков, оборудования, упаковки и ингредиентов для пищевой промышленности – единственное мероприятие подобного формата в Сибирском регионе.



2. Для рекламы в периодической печати предлагается журнал «Свадьбы» – специализированный журнал, посвященный свадебной тематике.

Преимущества размещения рекламы в журнале «Свадьба»:
- стабильный выход с 2007 года; тираж 10 000 экземпляров;
- более 50 фирменных стоек;
- Интернет-поддержка – facebook, twitter, instagram и periscope;
- собственное приложение для iOS и Android;
- эксклюзивное информационное партнерство на всех знаковых мероприятиях свадебной сферы.



Проведенные расчеты экономической эффективности предложенных мероприятий показали, что использование разработанной рекламной компании позволит увеличить оборот розничной торговли кондитерской на 10-15%, прибыль – на 10%. Использование рекламы способно оптимизировать розничную продажу кондитерской «Черника».