

Кондитерская фабрика "СПАРТАК"



Описание продукта

- Фабрика «Спартак» выпускает такую продукцию как: карамель леденцовая в полиэтиленовых коробках («Голубка», «Кузнечик», «Виктория»),
- карамель леденцовая в обертках («Аэробика», «Калинка-малинка», «Барбарис»),
- конфеты в коробках («Дуэт», «Мечта», «Грушевый ликер»),
- пралиновые конфеты («Белочка», «Маска», «Арахисовые»),
- конфеты куполообразные («Майские зори», «Святязь», «Трюфели»),
- конфеты с начинкой («Орхидея», «Камелия», «Данко»), карамель с начинкой («Снежок», «Белоснежка»),
- вафли («Черноморские», «Восточные», «Южные»),
- торты, шоколад и шоколадные батончики («Аленка», «Сластена», «Юниор»),
- сахарное печенье, вытяжное печенье.



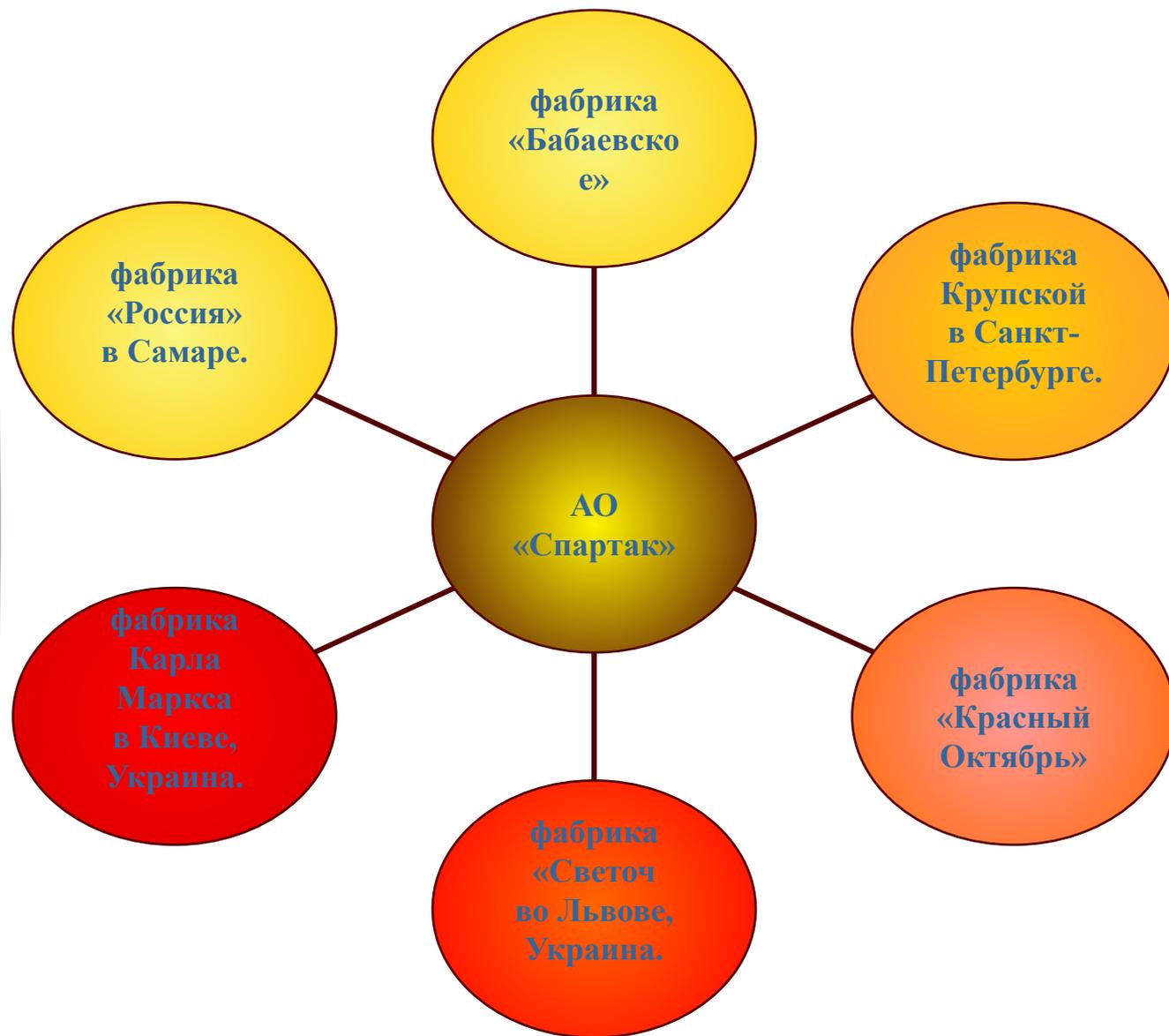
Конкурентоспособность

Самым сильным белорусским конкурентом ОАО «Спартак» несомненно является фабрика «Коммунарка» из г. Минска. Она выпускает всю номенклатуру кондитерских изделий. Своей репутацией по качеству она сравнима с ОАО «Спартак». Она единственный местный производитель шоколадных конфет с начинкой. Она расположена в самом центре богатого регионального рынка Беларуси. Другие кондитерские фабрики Беларуси не представляют собой серьезных конкурентов. Они не выпускают всей номенклатуры кондитерских изделий и специализируются только на некоторых изделиях:

- ◆ «Красный Пищевик», г. Бобруйск – специализируется на зефире, мармеладе, драже.
- ◆ «Красный Мозырянин», г. Наровля – специализируется на производстве мармелада, твердом и мягком ирисе, зефире.
- ◆ фабрика «Витьба» - специализируется на производстве вафельных батончиков и сухих завтраков.

Конкуренты из СНГ – это московские производители АО «Бабаевское» и фабрика «Красный Октябрь». Среди зарубежных конкурентов наиболее важным является компания «Марс» со своими батончиками Сникерс, Марс и Милки Вей. Вкус ее изделий широко известен, имидж продукции силен, постоянно поддерживается неизменный уровень качества, изделия разработаны так, что не тают при высокой температуре. Их удобно продавать в уличных киосках, так как их не нужно взвешивать. Они рекламируются в средствах массовой информации и, вероятно существует весьма надежная система распределения продукции по киоскам. Однако «Марс» ведет маркетинг ограниченной номенклатуры кондитерских изделий в Беларуси. Его продукция включает в себя искусственные компоненты, но не смотря на это, эти изделия дороже местных. Они не продаются в сети государственных магазинов. «Марс» также является самым сильным конкурентом в других странах СНГ.

В настоящее время самыми сильными конкурентами являются:



Позиция на рынке

Кондитерская фабрика «Спартак» выпускает качественную продукцию. Продукты, выпускаются из натурального сырья, без консервантов. А например продукция компании «Марс» включает в себя искусственные компоненты. Спрос на продукцию АО «Спартак» стабильный и постоянно возрастающий. АО «Спартак» заботится о населении, которое не может принимать продукцию на основе сахара (больные диабетом). Для этого фабрика, когда выпускает товары для этой части населения, заменяет сахар на различные его заменители.

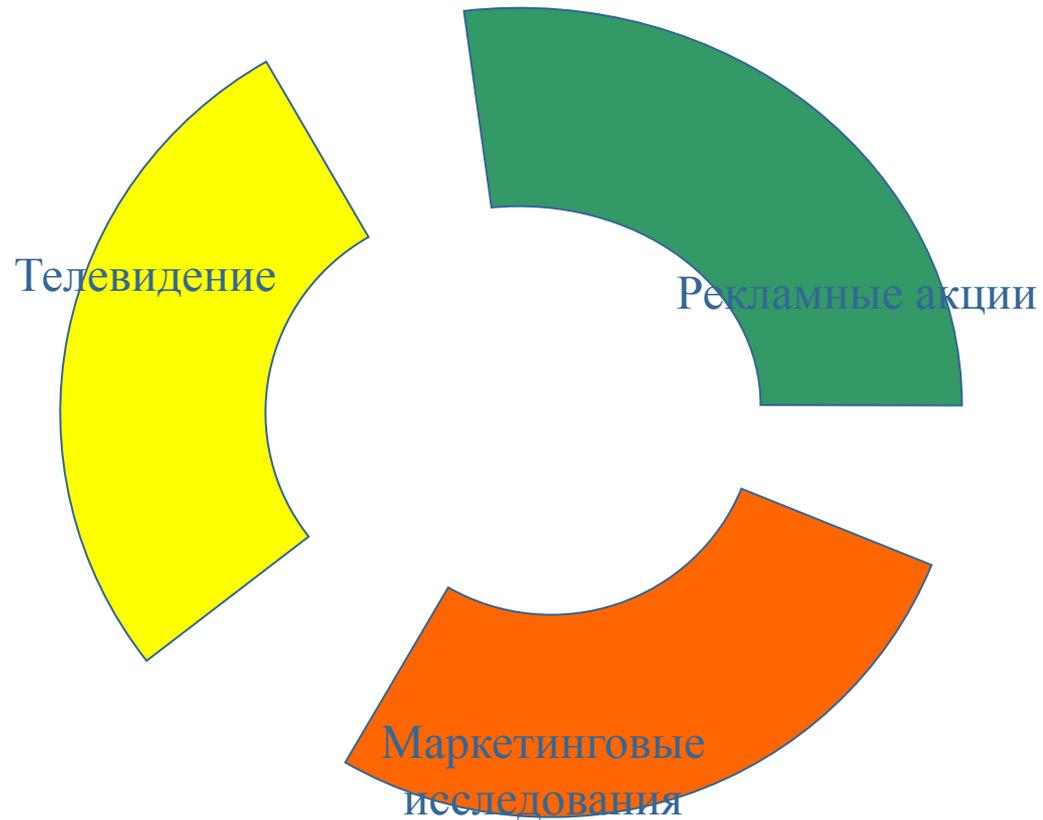
Реклама

На АО «Спартак» существуют следующие виды рекламы:

- 1. Информационная реклама.
- 2. Печатная реклама – каталоги, проспекты, буклеты.
- 3. Внешняя реклама – стенды.
- 4. Реклама на коробках.
- 5. Реклама на местах реализации товара – вывески, витрины.

В ближайшее время на телевидении выйдет усовершенствованная 15 секундная реклама АО «Спартак».

Способ информирования



Упаковка и комплектующие

*Продукция АО «Спартак»
выпускается в яркой и красивой упаковке,
которая привлекает глаз покупателей.*

*Например на коробках с шоколадными
конфетами изображаются различные
рисунки, портреты, пейзажи и т.д.*



Сбытовая политика

АО «Спартак» экспортирует свою продукцию в Россию. Там используется метод демпинговых цен.

Почти в каждой области Беларуси АО «Спартак» имеет посредников. Это дилеры, брокеры. Дилеры специализируются на продаже товаров, они вначале приобретают товар у АО «Спартак», а затем продают индивидуальному покупателю. Брокеры сводят продавца и покупателя, получая от совершенной сделки специальное вознаграждение. Таким образом они помогают фабрике реализовать продукцию с большей скоростью и успехом, если бы это она сделала сама.

Дилеры находятся в Минске, Бресте, Могилеве, Бобруйске, Гродно, Витебске. АО «Спартак» открывает фирменные магазины, где реализуется его продукция. Фирменные магазины улучшают финансовые показатели.

Сегменты рынка

АО «Спартак» учитывают сегментацию (АО «Спартак» учитывают сегментацию (диаграмма1), которая представляет собой разделение потребителей рынков, конкурентов, товаров по однородным признакам; конъюнктуру товарного рынка, а также метод демпинговых цен. Этот метод характеризуется применением самых низких цен на продукцию для быстрого завоевания покупателей, продвижения и утверждения товара на завоевываемом рынке.

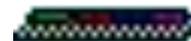
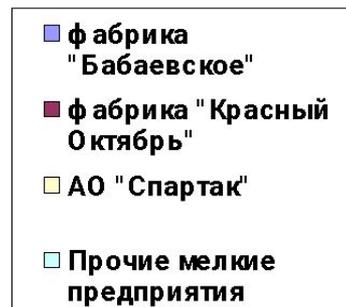
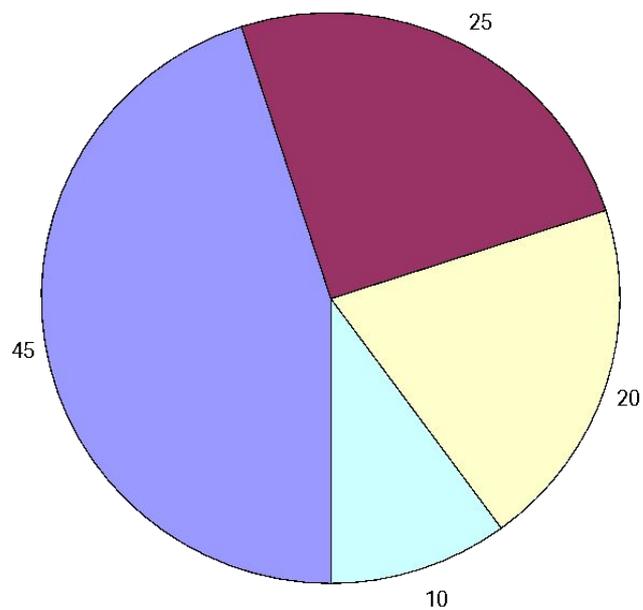
Для успешной реализации своей продукции АО «Спартак» учитывает социально психологические особенности покупателей и потребителей. Для детей например она выпускает конфеты с яркой и притягивающей оберткой, где будут изображены различные сказочные герои, цветы, фрукты. Это конфеты: «Аэробика», «Белочка», «Коровка», «Ключик» и т. д.

Наиболее притягивающим товаром для взрослых является сладкая продукция: на коробках изображается романтический пейзаж, море, пальмы, песок, солнце; портреты девушек. Все это привлекает покупателя. Примерами такой продукции могут быть «Дуэт», «Коралловые бусы», «Шоколадные бутылочки», «Кристалл», «Утренняя звезда», «Дары Полесья».

Фабрика «Спартак» занимается выпечкой тортов, бисквитов, пирогов. Если в Киеве (Украина) самым универсальным и вкусным тортом является «Киевский», рецепт которого хранится в строжайшей тайне, то у нас в Беларуси АО «Спартак» выпускает торт «Фея». Можно сказать, что он намного превосходит своего конкурента.

Маркетинговым отделом проводится анкетирование среди населения для расширения ассортимента.

Сегментация рынка



Цены

Продукция АО «Спартак» пользуется большим спросом у населения, так как цены на нее намного ниже, чем других производителей, таких как, например «Марс» и российских кондитерских фабрик.

АО «Спартак» стремится назначить на свой товар такую цену, которая бы полностью покрывала все издержки на его производство и сбыт, включая справедливую норму прибыли, для чего выполняется анализ цен и товаров конкурентов.

При установлении цен, также учитывают влияние таких факторов, как

- потребители,
- конкуренты,
- издержки, участники товародвижения (посредники).

АО «Спартак» устанавливает «демпинговые цены». На рынке Республики Беларусь продукция фабрики дешевле, чем на российском рынке.

При установлении окончательной цены товара АО «Спартак» учитывает ее психологическое восприятие и обязательно проверяет, насколько это соответствует практикуемой предприятием политике цен и как она будет воспринята посредниками, торговым персоналом собственных специализированных магазинов, конкурентами и поставщиками.

На кондитерские изделия АО «Спартак» установлены свободно-отпускные и гибкие цены. Также фабрика устанавливает на свой товар праздничные скидки, производит скидки с товаров, которые были нереализованы в течение конкретного срока, т. е. товар уценивают.

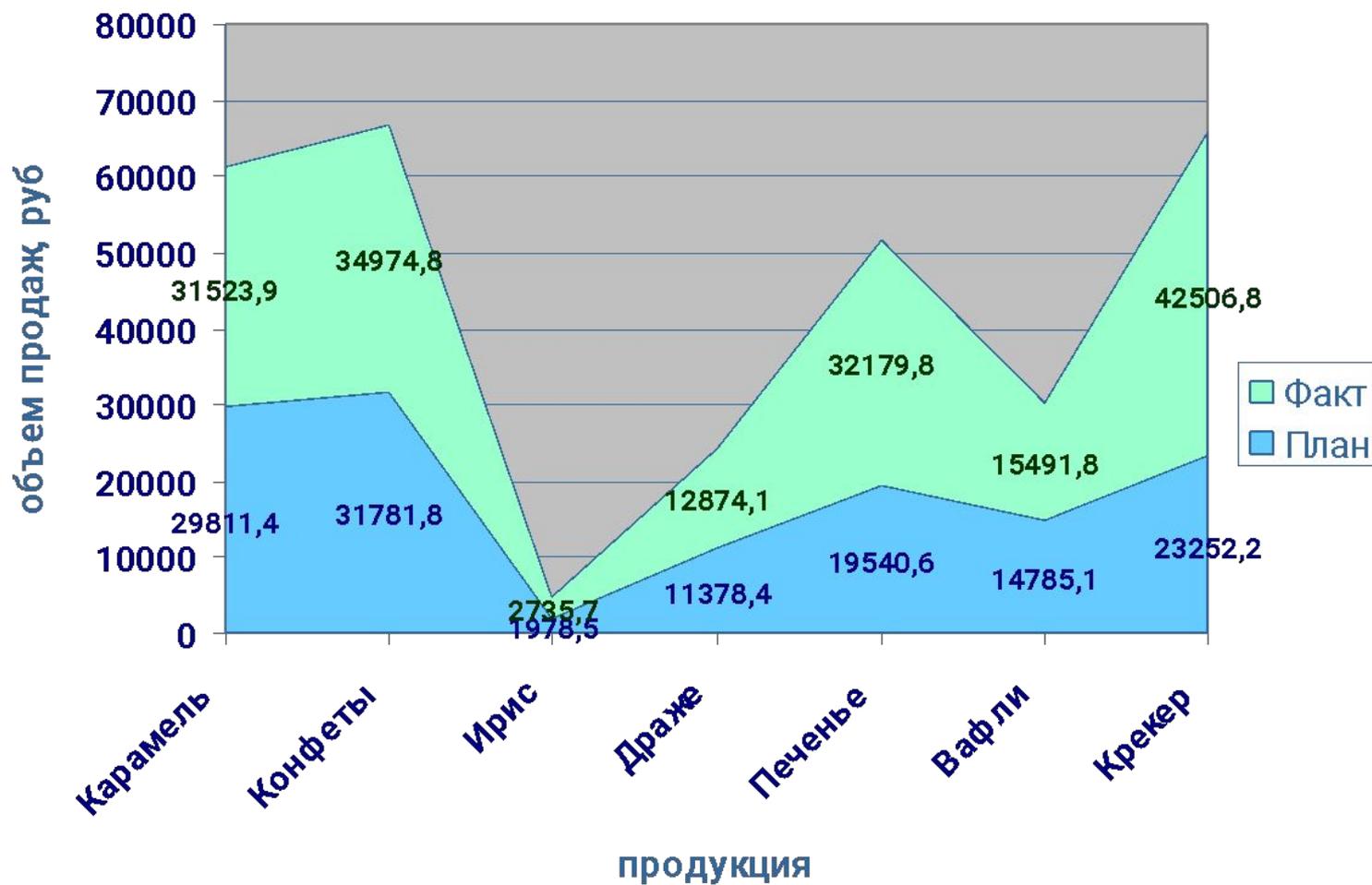
Средние оптовые цены по группам изделий, руб. за 1 тонну

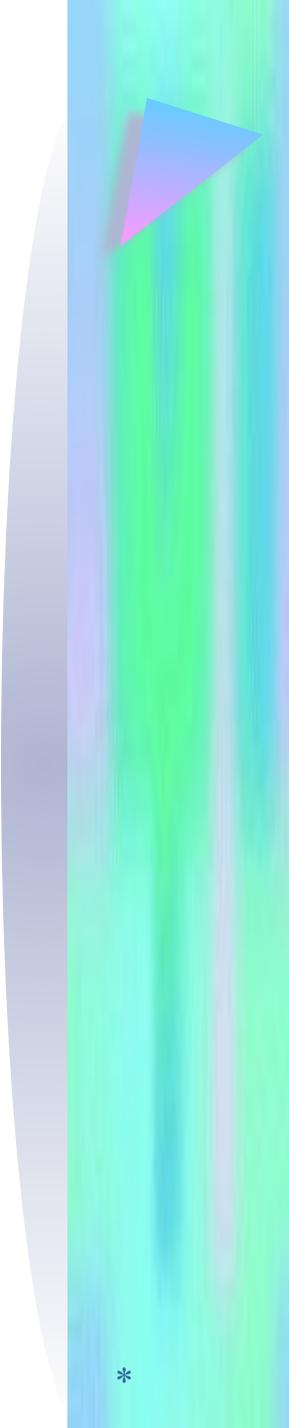
Группы изделий	Год		Индекс цен	Сопоставимые цены 1998 года	Отклонение	
	2005	2006			± фактическ. Цен.	± сопостав. цен.
Итого кондитерские изделия	9241	11528	1,2	9607	+ 2287	+ 336
Из них сахаристые	11031	14868	1,3	11437	+ 3837	+ 406
В т.ч. карамель	8774	11397	1,3	8768	+ 2623	- 6
ирис	9310	11875	1,3	9135	+ 2565	- 175
Конфеты глазированные	11620	15573	1,3	11979	+ 3953	+ 359
Конфеты не глазированные	9013	10711	1,2	8926	+ 1698	- 67
Драже	8487	11911	1,4	8508	+ 3424	+ 21
Мучные	7376	8393	1,1	7630	+ 11017	+ 254
в т.ч. крекер	7067	7824	1,1	7113	+ 757	+ 46
Печенье	6415	7898	1,2	6582	+ 1483	+ 167
Вафли	11428	13693	1,2	11411	+ 2265	- 17

Выполнение плана производства продукции АО "Спартак" за 2006 год

Вид продукции	Производство продукции		Абсолютное отклонение (+ ; -)	Выполнение плана (%)
	План	Факт		
1	2	3	4	5
(в натуральном выражении, тыс. тонн)				
Карамель	3598,7	2698,4	- 899,4	75
Конфеты	4250,79	3602,09	- 648,7	84,7
Ирис	830,4	845,9	+ 15,5	101,9
Драже	230,0	250,41	+ 20,41	108,9
Печенье	2417,41	2497,0	+ 79,59	103,3
Вафли	1339,50	1347,8	+ 8,3	100,6
Крекер	2598,1	3517,4	+ 919,3	135,4
Итого	15264,0	14759,0	- 505,0	96,7
(в денежном выражении, руб.)				
Карамель	29811,4	31523,9	+ 1712,5	106
Конфеты	31781,8	34974,8	+ 3193,0	110
Ирис	1978,5	2735,7	+ 757,2	138
Драже	11378,4	12874,1	+ 1495,7	113
Печенье	19540,6	32179,8	+ 12659,2	165
Вафли	14785,1	15491,8	+ 706,8	105
Крекер	23252,2	42506,8	+ 19254,6	183
Итого	132528,0	172287,0	+ 39759,0	130

Объем производства продукции





Параметры успеха

- «Спартак» - это открытое акционерное общество, постоянно и неуклонно наращивающее объемы производства. Продукция, выпускаемая на АО «Спартак» пользуется большим спросом у населения. Основными рынками сбыта продукции являются Россия и Белоруссия. Продукция АО «Спартак» выпускается высокого качества. В ней присутствует только натуральное сырье, и никаких консервантов. АО «Спартак» проводит рекламную кампанию. Также фабрика имеет посредников (дилеры и брокеры), которые помогают ей реализовать продукцию с большей скоростью и успехом.
- АО «Спартак» проводит инновационную политику, закупает новое усовершенствованное оборудование.
- У АО «Спартак» очень широкий ассортимент выпускаемой продукции.
- АО «Спартак» имеет множество конкурентов, но по качеству оно старается не уступать им.