

ТОВАРОВЕДНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА, ЭКСПЕРТИЗА КАЧЕСТВА И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ЙОГУРТОВ, РЕАЛИЗУЕМЫХ В РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВОЙ СЕТИ ПИНСКОГО РАЙПО

Е. В. МЕДВЕДЬ, И. Ю. УХАРЦЕВА

This article discussed the problems of quality and competitiveness of yogurts sold in retail of the regional consumer society, a number of recommendations is also given

Ключевые слова: йогурты, ассортимент, экспертиза качества, конкурентоспособность, потребительские предпочтения

Происходящие в нашей стране изменения делают насущной необходимость скорейшего приобретения опыта хозяйствования в новой обстановке. В частности, серьезно меняются условия и принципы функционирования предприятий и организаций. Итоги их деятельности в современных условиях прямо будут зависеть от качества производимой продукции и ее конкурентоспособности на рынке.

Проблема качества в современных условиях является важнейшим показателем повышения уровня жизни, экономической, социальной, экологической безопасности, а конкурентоспособность – фактором экономической стабильности и устойчивого развития общества.

В связи с постоянным ростом конкуренции на рынке молочной продукции, а так же расширением ассортимента и разработкой новых видов йогуртов с различными вкусовыми и биологически активными добавками, появляется необходимость как отличного знания структуры и состава ассортимента данной группы товаров, так и постоянного поиска путей повышения ее конкурентоспособности, что в свою очередь позволит выбрать правильное направление товарной политики торговой организации.

Определенный интерес представляло изучение ассортимента йогуртов, реализуемых в магазине «Купеческий» ТЧУП Пинский коопрынок в течение 1 квартала 2011 года. Для выявления широты ассортимента и установления соответствия предпочтениям потребителей были построены ассортиментные линейки по следующим признакам: производитель, массовая доля жира, расфасовка, упаковка йогуртов и вносимые в них наполнители.

Одним из важных моментов при оценке конкурентных преимуществ является правильное определение объектов исследования. Были выбраны 5 образцов йогуртов разных производителей: йогурт молочный «Чудо» (ОАО «Вимм-Билль-Данн»), йогурт «Данон» (ОАО «Данон Индустрия»), йогурт с бифидобактериями «Савушкин продукт» (ОАО «Савушкин продукт»), йогурт молочный «Крепышок», (ОАО «Молочные продукты») и йогурт молочный «Grand – Fruit» (ЧУП «Калинковичский молочный комбинат»).

Для анализа качества и конкурентоспособности выбранных йогуртов была проведена экспертиза образцов по органолептическим и физико-химическим показателям качества, результаты которой в дальнейшем учитывались при определении уровня качества и конкурентоспособности. Для оценки уровня качества и конкурентоспособности также была разработана оценочная балльная шкала качества йогуртов и определены коэффициенты весомости показателей. Оценка осуществлялась по групповым показателям потребительских свойств: органолептическим, физико-химическим, эстетическим.

По результатам исследования установлено, что наибольший уровень качества равный 0,97, имеет йогурт «Данон», что является свидетельством наилучшего удовлетворения запросов потребителя относительно желаемого качества. Что же касается конкурентоспособности, то наибольший показатель конкурентоспособности имеет йогурт «GRAND – FRUIT», что является следствием достаточно низкой цены за 100 г продукта. Тем не менее, все йогурты, реализуемые в розничной торговой сети Пин-

ского райпо, имеют уровень конкурентоспособности меньше 1. Это свидетельствует о низкой конкурентоспособности данной продукции, при достаточно высоком уровне ее качества.

По результатам анкетирования был разработан ряд рекомендаций, направленных на повышение эффективности работы розничных торговых предприятий по реализации йогуртов, оптимизацию ассортимента, и как следствие лучшее удовлетворение потребностей покупателей.