

УДК 338

КОНКУРЕНТНЫЕ ПОЗИЦИИ НОВЫХ ТОВАРОВ

А. Г. КРОТОВА

Научный руководитель С. Л. КОМАРОВА

Белорусско-Российский университет

Предприятия конкурируют на предмет лучшего продукта или услуги по оптимальному сочетанию цена/качество, чтобы занять высокие позиции на рынке. Успешность конкурентных преимуществ можно определить при помощи полной оценки достоинств и недостатков положения продукта в конкурентной борьбе и путем сопоставления результатов анализа с показателями конкурентов. Задача заключается в том, чтобы представить продукт на рынок не только как продукт питания, но и как сувенир, который будет напоминать о Республике Беларусь.

Суть нового продукта заключается в сублимации ягод, позволяющей сохранить все полезные вещества, ведь ягоды, как известно, кладезь витаминов (рис. 1). Их полезность для здоровья неоспорима. Например, черника повышает остроту зрения, улучшает память, клюква защищает от вирусов и инфекций, малина помогает при проблемах со щитовидной железой, является хорошим жаропонижающим средством.

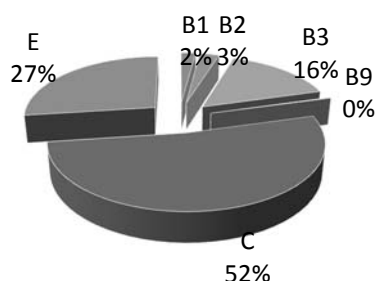


Рис. 1. Содержание витаминов в ягодах (земляника, брусника, клюква, малина, крыжовник, смородина черная, смородина красная, черника)

Для производства сублимированной продукции предприятие должно приобрести специальное оборудование – вакуумный сублиматор. Данное оборудование не является дорогостоящим, поэтому не будет существенно влиять на ценовую политику. Это еще одна позиция, повышающая конкурентоспособность продукции.

Новый товар в виде сублимированных ягод может составить высокую конкуренцию, так как он обладает массой достоинств.