

УДК 339.138

## СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ БРЕНДОВ-КОНКУРЕНТОВ МОРОЖЕНОГО

Е. И. ВИКТОРОВА, Д. В. СОКОЛ  
Белорусско-Российский университет  
Могилев, Беларусь

Современный потребитель чаще отдает предпочтение продуктам известных марок, поэтому формирование сильного конкурентоспособного бренда очень важно для предприятий. Для анализа взяты три бренда-конкурента белорусского мороженого: «Лева» (ОАО «Могилевская фабрика мороженого»); «Frudoza» (СООО «Морозпродукт»); «Бабушкина крынка» (ОАО «Бабушкина крынка»).

Исходные данные представлены в табл. 1, матрица стандартизированных коэффициентов – в табл. 2.

Табл. 1. Исходные данные для анализа брендов-конкурентов

Бренд	Параметр / балл					
	Цена	Вкусовые качества	Широта ассортимента	Дизайн упаковки	Вес бренда	Узнаваемость бренда
«Лева»	4	5	5	5	5	5
«Frudoza»	3	4	4	4	3	4
«Бабушкина крынка»	5	3	1	2	2	2
Весовой коэффициент	0,2	0,15	0,15	0,2	0,15	0,15

Табл. 2. Матрица стандартизированных коэффициентов

Бренд	Стандартизированный коэффициент						Рейтинг	Место
	Цена	Вкусовые качества	Широта ассортимента	Дизайн упаковки	Вес бренда	Узнаваемость бренда		
«Лева»	0,8	1	1	1	1	1	0,92	I
«Frudoza»	0,6	0,8	0,8	0,8	0,6	0,8	0,54	II
«Бабушкина крынка»	1	0,6	0,2	0,4	0,4	0,4	0,34	III
Весовой коэффициент	0,2	0,15	0,15	0,2	0,15	0,15	–	–

Наиболее сильным брендом является «Лева», его рейтинг составил 0,92 балла, он же лидирует по таким параметрам, как качество, широта ассортимента, дизайн упаковки, вес бренда, узнаваемость бренда; на втором месте бренд «Frudoza» с рейтингом 0,54 балла; на третьем месте бренд «Бабушкина крынка» с рейтингом 0,34 балла, он уступает своим конкурентам по всем параметрам, кроме цены.