

Сакович М. Д., Штунь У. С.

МОУ ВО «Белорусско-Российский университет»

marisha56890000@gmail.com, ulyanaivan2003@mail.ru

Научный руководитель: ст. пр. Комарова С. Л.

Конкурентоспособность инновационного продукта для белорусского рынка

Проект создания Могилевского предприятия «Красна ягода» по производству сублимированных фруктов, ягод и грибов с использованием метода сублимационной (лиофилизационной) сушки, потребовал изучения не только самого процесса производства данного инновационного продукта, но и изучения конъюнктуры белорусского рынка для такого товара и исследований его конкурентных позиций.

Российский рынок сублимированных продуктов представлен четырьмя производителями лиофилизированных продуктов: Торговый дом «Мазурин» (Калужская область); ООО «Созвездие» (г. Чебоксары); ООО «Сублимированные продукты Галакс» (г. Москва); Интернет-Магазин «Субле-Бу». Все товары этих производителей можно заказать только из России через Интернет-торговлю. Вследствие этого, белорусский производитель смог бы занять собственную торговую нишу, равную рынку Республики Беларусь, и участвовал бы в программе импортозамещения (Таблица 1).

Таблица 1

Информация о качественных и количественных характеристиках сублимированных продуктов разных производителей

Фирмы производители	ООО «Созвездие Плюс»	ПолезноFF	Гала-Гала	Organic Food	«Красна Ягода»
Срок годности (месяцы)	24	24	18	24	36
Вес нетто(г)	50	10	50	30(50)	25
Упаковка	Крафт-пакет	Пластиковая банка	Порционная расфасовка	Бумажный пакет	Вакуумный пакет + Крафт-пакет
Цена за упаковку (росс.р)	399	150	145	181	62
Цена за 100г (росс.р)	798	1500	290	543	248
Энергетическая ценность на 100 гр (ккал)	328	357	315	328	284
Состав	Клубника	Малина	Клубника	Черника	Лесные ягоды

А если предположить, что продукцией предприятия «Красна ягода» заинтересуются военные ведомства и Министерство по Чрезвычайным ситуациям с целью создания сухих пайков для военных и мирных граждан в особых ситуациях, то заказы на такой инновационный продукт составят большой процент в портфеле заказов нашего предприятия на достаточно большой период [1].

Однако считаем, что основная целевая аудитория, это туристы, приезжающие в нашу страну за новыми впечатлениями и вкусами.

Возможно, слоган «Попробуй Беларусь на вкус» может стать главным в продвижении сублимированных ягод, фруктов и грибов. Название бренда «Красна ягода» привязано к славянским традициям, «Красна» значит: красивая, превосходная, спелая, это на подсознательном уровне о лучшем продукте, ну а ягода говорит сама за себя.

В нашей работе были проведены исследования, по возможности использовать местное сырье для производства сублимированных продуктов.

В Республике Беларусь личные подсобные хозяйства могут быть основными поставщиками фруктов и ягод, так как доля фермерских хозяйств в валовом сборе фруктов и ягод незначительна и урожайность в них ниже, чем в личных подсобных хозяйствах [2].

Перед тем, как выходить на рынок с новым продуктом необходимо оценить его конкурентоспособность, даже если он претендует на звание монополиста в Республике Беларусь. Есть много методов оценки конкурентоспособности, однако самый наглядный – метод бенчмаркинга.

Из перечня, предложенных характеристик конкурирующих товаров, выбираются наиболее важные, с точки зрения потенциального потребителя. Затем, для каждой характеристики предлагается на луче, выходящим из начала координат отложить значение, соответствующее данному производителю, причем, чем дальше от начала координат, тем лучше значение показателя, который принят к рассмотрению. Затем необходимо соединить все точки, которые соответствуют этому производителю в одну площадную диаграмму (розу).

Тот производитель, у которого площадная диаграмма окажется больше по площади, является более конкурентоспособным по сравнению с другими, так как его характеристики лучше. Площадь максимальной фигуры наглядно докажет её конкурентные превосходства по сравнению с другими.

Самая высокая конкурентоспособность оказалась у сублимированных фруктов производства «Красна Ягода» (Рисунок 1).

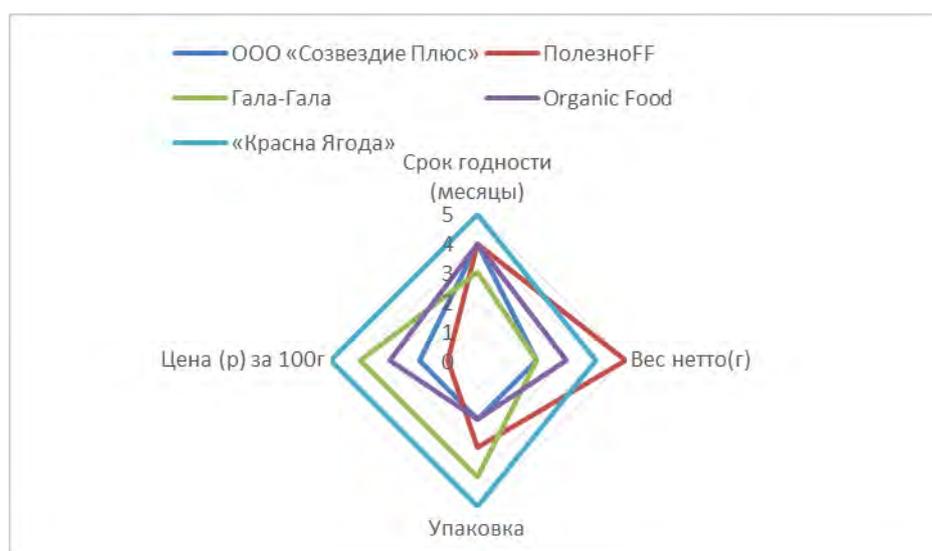


Рис. 1. Оценка конкурентоспособного сублимированного продукта методом бенчмаркинга

Список литературы

1. Конкурентоспособность сублимированных продуктов на рынке Республики Беларусь /Комарова С.Л., Сакович М.Д. // В сборнике: Цифровизация процессов управления: стартовые условия и приоритеты. Сборник материалов международной научно-практической конференции. Курск, 2022. С. 512-515.
2. Инновационный продукт для повышения конкурентоспособности белорусского рынка продуктов питания/ Сакович М.Д.// В сборнике: Информационные технологии, энергетика и экономика. Сборник трудов XIX Международной научно-технической конференции студентов и аспирантов. Смоленск, 2022. С. 202-205.