

НАПРАВЛЕНИЯ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРОДУКЦИИ (НА ПРИМЕРЕ ОАО «КРАСНЫЙ ПИЩЕВИК»)

Актуальность данной темы не вызывает сомнения, так как в связи с широким ассортиментом продукции на рынке кондитерских изделий существует необходимость повышать конкурентоспособность выпускаемой продукции для сохранения стабильного положения на рынке. В работе была проведена оценка конкурентоспособности продукции ОАО «Красный пищевой», специализирующегося на производстве пастило-мармеладных изделий, халвы, драже, ириса, конфет, и обоснованы направления ее повышения.

Для оценки конкурентоспособности продукции были выделены основные качественные параметры и проведен опрос экспертов в мессенджерах с использованием сервиса Google Forms. Наиболее значимыми для потребителей оказались вкус, цена и внешний вид изделия. Была проведена экспертная оценка продукции трех основных конкурентов на отечественном рынке кондитерской продукции: СП ОАО «Спартак», СОАО «Коммунарка» и ОАО «Красный мозырянин». В работе была дополнительно проведена оценка уровня конкурентоспособности продукции графическим методом. Можно сделать вывод, что продукция рассматриваемого предприятия уступает СП ОАО «Спартак» и СОАО «Коммунарка» по большинству показателей, однако имеет более низкую цену продукции в сравнении с ними. ОАО «Красный пищевой» имеет конкурентное преимущество перед ОАО «Красный мозырянин», превосходя его по всем указанным параметрам, кроме цены изделий.

По результатам проведенного исследования в качестве основных направлений повышения конкурентоспособности продукции ОАО «Красный пищевой» были выбраны:

Исходя из положительного результата от открытия новой производственной площадки УП «Красный пищевой – Славгород», можно предложить рассмотреть идеи об открытии еще нескольких производственных площадок в регионах.

В связи с постановлением Совета Министров Республики Беларусь «О применении специальных мер в отношении отдельных видов товаров», направленным на запрет на ввоз в Беларусь широкого перечня товаров, можно предложить выпускать на предприятии продукцию, которая может полностью заменить ушедшие с белорусского рынка товары, производимые под иностранными торговыми марками.

В настоящее время большое количество людей ведут здоровый образ жизни, в связи с этим обоснованной является разработка новых видов изделий с увеличенным содержанием биологически полноценного белка. Исходя из этого можно предложить производство жевательного мармелада с коллагеном.

Рекомендуется пересмотр ассортимента линейки продукции без сахара, изменение упаковки в связи со слабой востребованностью данной продукции. Также внедрение рекламных роликов на телевидении, интернет-платформах, наружной рекламы и рекламы в печатных СМИ позволит увеличить количество заинтересованных покупателей.

Для повышения конкурентоспособности продукции ассортиментная политика предприятия должна строиться на развитии ассортимента за счет ввода новинок, пересмотра и совершенствования рецептур, изменения упаковок, на разработке лимитированных и сезонных позиций, на обновлении ассортимента с учетом тенденций развития кондитерской отрасли, на развитии категории «Здоровое питание», а также на формировании вкусовых предпочтений детской аудитории путем расширения линейки продуктов для детей. Это принесет предприятию дополнительную прибыль и конкурентные преимущества.

Источник

Официальный сайт ОАО «Красный пищевик» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.zefir.by>. — Дата доступа: 04.04.2023.