

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ПРОДУКЦИИ: ОЦЕНКА УРОВНЯ И ОБОСНОВАНИЕ НАПРАВЛЕНИЙ ПОВЫШЕНИЯ (НА ПРИМЕРЕ УП «МИНСКИЙ ХЛАДОКОМБИНАТ № 2»)

Актуальность данной темы не вызывает сомнений, так как в связи с широким ассортиментом продукции на рынке мороженого существует необходимость повышать конкурентоспособность выпускаемой продукции для сохранения стабильного положения на рынке. В работе проведена оценка конкурентоспособности продукции УП «Минский хладокомбинат № 2», специализирующегося на производстве мороженого, пельменей, безалкогольных напитков, и обоснованы направления ее повышения.

Для оценки конкурентоспособности продукции были выделены основные качественные параметры и проведена экспертная оценка продукции трех основных конкурентов на отечественном рынке мороженого: СООО «Ингман мороженое», СООО «Морозпродукт» и ООО «Санта Импэкс». В работе была дополнительно проведена оценка уровня конкурентоспособности продукции комплексным, индексным, балльным и графическим методами. Был сделан вывод о том, что продукция рассматриваемого предприятия уступает конкурентам по большинству показателей и требует совершенствования.

По результатам проведенного исследования был разработан структурированный комплекс мероприятий по улучшению конкурентоспособности продукции УП «Минский хладокомбинат № 2».

Внедрение автоматизированного комплекса для наполнения мороженого позволит повысить эффективность технологического процесса, снизить производственные затраты и улучшить качество готовой продукции. Новое оборудование обеспечит точность дозировки, равномерность текстуры мороженого и минимизацию отходов, что приведет к снижению себестоимости и росту рентабельности.

Дополнительное внимание необходимо уделить совершенствованию системы премирования сотрудников. Введение мотивации на основе KPI поможет повысить ответственность персонала за качество продукции, снизить уровень брака и увеличить производительность труда.

Одной из предложенных мер является изменение дизайна упаковки, включая тематическое оформление, приуроченное к праздничным датам. Это привлечет внимание покупателей, создаст эмоциональную связь с брендом и увеличит сезонные продажи. Кроме того, предусмотрены мероприятия по расширению

сети продаж, усилению рекламной активности и проведению дегустаций, что может стимулировать спрос.

Отдельно рассматриваются инновационные методы улучшения характеристик продукции. В частности, исследуется возможность добавления в состав мороженого экстракта бетулина, который положительно влияет на организм человека. Это может стать конкурентным преимуществом, привлекая потребителей, ориентированных на функциональные продукты питания. Также перспективным является сотрудничество с Институтом биохимии биологически активных соединений НАН Беларуси для разработки инновационных продуктов.

Таким образом, для повышения конкурентоспособности продукции ассортиментная политика УП «Минский хладокомбинат № 2» должна строиться на развитии ассортимента за счет ввода новинок, пересмотра и усовершенствования рецептур, использования инноваций, изменения упаковок, разработки лимитированных и сезонных позиций, обновления ассортимента с учетом тенденций развития отрасли. Это принесет предприятию дополнительную прибыль и конкурентные преимущества.

Источники

Официальный сайт УП «Минский хладокомбинат № 2». — URL: <https://snegoviki2.by/> (дата обращения: 04.04.2025).