

*А. В. Смоляр*

Научный руководитель – кандидат технических наук А. Н. Лилипенцева  
БГЭУ (Минск)

## **ОЦЕНКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ЯБЛОЧНОГО СОКА**

Пищевые продукты являются товаром повышенной конкуренции. С усилением конкуренции на рынке пищевой продукции и, как следствие, борьбы за потребителя первостепенной задачей товаропроизводителя становится выпуск конкурентоспособной продукции с высокими потребительскими свойствами.

Оценку конкурентоспособности яблочного сока можно проводить по различным направлениям, однако следует признать, что в современном мире успех любых потребительских товаров в высоко конкурентной среде во многом предопределяется наличием известной торговой марки.

Торговая марка – совокупность наименований вида и разновидности товара, ассортиментного и (или) фирменного товарных знаков, предназначенных для обеспечения отличительных признаков от других аналогичных товаров, а также для узнаваемости.

Среди большого выбора различных торговых марок фруктового сока потребитель неосознанно выбирает нечто больше, чем просто сок. Он ищет торговую марку, близкую по характеру, позволяющую выбирать свою жизненную позицию, дополнить свой образ необходимыми чертами, а также в случае с яблочным соком, пытается найти в образе торговой марки признаки натурального и полезного продукта.

В качестве простого и наглядного метода оценки комплексного критерия «имидж торговой марки» целесообразно использовать метод семантического дифференциала, который ориентирован на социальные установки, стереотипы потребительского поведения и другие эмоционально насыщенные, мало осознаваемые формы обобщения.

В структуре семантического дифференциала для обозначения противоположной направленности отношения к объекту предлагаются пары слов-антонимов, а характеристики, описывающие объект с помощью этих пар антонимов, отбираются на основе имеющихся ассоциаций. Результаты оценки критериев имиджа торговой марки яблочного сока представлены в табл. 1.

Для оценки конкурентоспособности образцов яблочного сока была разработана 55-балльная шкала оценки конкурентоспособности.

Для более детальной оценки вкуса и аромата представленных образцов провели дескрипторно-профильный анализ и выявили вкусовые и ароматические характеристики представленных образцов яблочного сока. Для оценки органолептических показателей яблочного сока были выбраны следующие дескрипторы: сладость, кислотность, терпкость, горчинка, солоноватость, плодовой вкус, «соковость», вкус витаминов, насыщенность вкуса,

наличие приятного послевкуся, натуральный аромат (отсутствие запаха консерванта).

Таблица 1

Результаты оценки критериев имиджа торговой марки яблочного сока

Единичные критерии имиджа торговой марки	Наименование образца и оценка в баллах						
	«Настоящий»	«Экзотик»	«№ 1»	«Добрый»	«Юник»	«ABC»	«Sandora»
Известность	4,0	4,5	3,3	5,0	3,0	4,9	4,7
Популярность	4,5	4,4	3,9	4,8	2,9	4,8	4,3
Привлекательность	4,0	4,4	3,5	4,4	2,5	4,1	4,5
Выразительность	4,3	4,5	3,8	4,5	3,2	4,3	4,4
Соответствие ценностным ориентациям	3,7	3,8	3,3	4,0	2,9	3,9	3,1
Итого	20,5	21,6	17,8	22,7	14,5	22,0	21,0

С учетом проведенного дескрипторно-профильного анализа и оценки имиджа торговой марки для оценки конкурентоспособности образцов яблочного сока проведена оценка выбранных показателей по балльной шкале, рассчитана обобщенный показатель качества, интегральный показатель конкурентоспособности.

Таким образом, оценивая уровень конкурентоспособности отечественного и импортного яблочного сока, можно сделать вывод о высокой конкурентоспособности нашей продукции, которая не только не уступает по качеству зарубежным аналогам, но по многим параметрам и превосходит их.

*О. В. Стех*

Научный руководитель – кандидат технических наук Е. В. Перминов БГЭУ (Минск)

## ИССЛЕДОВАНИЕ ПРОЧНОСТНЫХ ХАРАКТЕРИСТИК МЕБЕЛИ ДЛЯ СИДЕНИЯ И ЛЕЖАНИЯ

Объекты исследования – кресло из набора мебели для отдыха «Галина» с мягким элементом на основе пружинного (состоящего из металлических пружин, мешковины, ватина, пенополиуретана) блока без опор (ножек), имеющее боковины (кресло № 1), кресло из набора мебели для отдыха «Линда» с мягким элементом на основе беспружинного (состоящего из пе-

□□□□□□□□ □□□□□□□□ □□□□□□□□ □□□□□□□□.  
 174 □□□□□□□□.  
 □□□□□□□□ □□□□□□□□ □□□□□□□□ □□□□□□□□  
 □□□□□□□□. □□□□□□□□.