

*Ю.В. Францкевич
БГЭУ(Минск)*

ОЦЕНКА КАЧЕСТВА, КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ
И АССОРТИМЕНТА ШОКОЛАДА НА РЫНКЕ
РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Шоколад — высококалорийное кондитерское изделие, приготовленное из шоколадной массы с начинкой или без нее, способное длительно храниться без изменения свойств. Шоколад обладает высокой энергетической и физиологической ценностью при низкой биологической, которая постоянно совершенствуется с помощью различных добавок в рамках ассортимента, а также высокой усвояемостью и сохраняемостью, что обуславливает его потребительские достоинства. Актуальность выбранной темы объясняется тем, что каждый десятый житель Республики Беларусь предпочитает именно шоколад другим сахаристым кондитерским изделиям. Кроме того, доля его потребления ежегодно растет. Следовательно, необходимо поддерживать качество и ассортимент шоколада, реализуемого на отечественном рынке, на должном уровне с целью максимального удовлетворения потребностей населения.

Для оценки качества было исследовано 15 образцов молочного шоколада отечественных и зарубежных производителей, представленного на белорусском рынке: шоколад «Спартак молочный», «Аленка», «Веселые ребята», «Детский», «Melanie» (кондитерская фабрика «Спартак»); «Красная шапочка», «Любимая Аленка», «Теленок Борька» (кондитерская фабрика «Коммунарка»); шоколад «Идеал молочный» (ООО «Первая шоколадная компания»), а также молочный шоколад зарубежных производителей торговых марок «Моя семья», Alpen Gold, Nestle, Cadbury, Roshen, Milka.

Оценка качества производилась по показателям, предусмотренным ТНПА. По результатам данного исследования выявлено, что все 15 образцов соответствуют требованиям стандарта: вкус и запах, свойственные данному виду шоколада, без постороннего привкуса и запаха; лицевая поверхность блестящая; форма без деформации; консистенция твердая; структура однородная.

При оценке конкурентоспособности шоколада применялась программа «Конкурентоспособность в электронных таблицах», разработанная кафедрой товароведения продовольственных товаров. Оценка проводилась по следующим показателям: вкус и аромат; внешний вид и консистенция; содержание какао-продуктов; наличие пищевых добавок; привлекательность упаковки; правильность маркировки.

В качестве базового образца экспертным путем был выбран шоколад молочный Alpen Gold. Проанализировав полученные данные, мож-

но отметить, что наиболее близким по заданным параметрам к базовому образцу оказались образцы Nestle и Milka. А сравнив реальную и фактическую стоимости товаров можно сделать вывод, что в большей степени свою стоимость оправдывают шоколад «Красная шапочка» и Cadbury.

Белорусский рынок шоколада характеризуется постоянно растущими объемами производства, но в то же время объемы импорта превышают объемы экспорта. Хотя в результате исследования было выявлено, что ассортимент белорусского шоколада, предлагаемого на нашем рынке, гораздо шире ассортимента импортного шоколада как в плане добавок, так и упаковки и расфасовки, но проблемой является невысокая конкурентоспособность отечественного шоколада. Это является толчком к инновациям в производстве и совершенствованию ассортимента.

В связи с вышеизложенным можно внести следующие предложения:

- расширить выпуск импортозамещаемого шоколада путем внедрения комбинированного шоколада, шоколада с цукатами, производство которых пока не освоено отечественными производителями;
- установить линии по производству термосвариваемой упаковки, которая является более удобной и привлекательной, а также способствует продлению сроков хранения;
- использовать различные средства и методы маркетинга, в том числе мерчандайзинга и рекламы, с целью поддержки отечественного производителя.

С.Г. Шерстук
БГЭУ (Минск)

ПРОБЛЕМЫ ВЗАИМОТНОШЕНИЙ РОЗНИЧНЫХ ТОРГОВЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ С ПОСТАВЩИКАМИ И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ

Эффективность торговой деятельности зависит от многих факторов. Особой значимостью обладает непрерывность процесса товароснабжения, центральное место в котором отводится взаимоотношениям с поставщиками. В силу особенностей ассортиментной политики численность поставщиков, с которыми сотрудничают современные розничные торговые организации, достигает порой нескольких сот. Поэтому актуальной проблемой является процесс выбора и оценки поставщиков.

Оценка деятельности поставщиков осуществляется на основании различных критериев, например ассортимент, цена, качество товара, форма оплаты и т.д. Для комплексной оценки поставщика использует-

178

□□□□□□□□ □□□□□□□□ □□□□□□□□ □□□□□□□□.
□□□□□□□□.
□□□□□□□□ □□□□□□□□□□□□ □□□□□□□□□□
□□□□□□□□□□. □□□□□□□□.