



Направления развития промышленного ассортимента продукции для питания спортсменов на белорусском рынке

ценный белком (25 грамм), помогает эффективно восполнить норму белка, эффективно насыщает и избавляет от чувства голода. Батончик-мюсли (СП ОАО «Спартак») изготовлен из смеси овсяных, пшеничных, ячменных и кукурузных хлопьев, риса воздушного, ядер семян подсолнечника, тыквы, семян кунжута подсушенных и семян льна. ОАО «Лидское пиво» выпускает функциональный напиток VITAMINERAL, который содержит витамины группы В, магний, способствующие нормальному функционированию нервной системы, витамин В<sub>5</sub>, улучшающий переносимость физических нагрузок.

Таким образом, на основании анализа ассортимента более 10 белорусских производителей систематизирована товароведная информация о продуктах питания, которые по своим потребительским характеристикам соответствуют принципам спортивного питания.

*М.К. Ачаповская, А.А. Василевская, Д.А. Лось*  
БГЭУ (Минск)  
Научный руководитель — *О.Б. Пароля*

## АНАЛИЗ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ РЫНКА ЧЕРНОГО ЧАЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Существующие подходы к оценке конкурентоспособности продовольственных товаров основываются, как правило, в основном расчете и анализе показателей их качества.

Для увеличения объема продаж необходимо «отслеживать» товары, пользующиеся наибольшим спросом, и проводить анализ конкурентоспособности, особенно это касается случаев, когда объем закупаемых товаров не может выйти за рамки одной товарной марки и нужно выбрать одну, обладающую абсолютным преимуществом перед другими торговыми марками [1].

Для того чтобы оценить конкурентоспособность товара, необходимо не просто сравнить его с другими товарами по степени их соответствия конкретной потребности, но и учесть затраты потребителя на покупку. Поэтому конкурентоспособность слагается из таких показателей, как качество продукции, маркетинг и коммерческая деятельность, цена товара, его имидж и престижность торговой марки [2].

Целью исследования было определить путем изучения выбранных образцов чая, а также покупательского спроса основных лидеров чайной продукции и провести оценку их конкурентоспособности.

Для анализа были выбраны такие марки черного чая, как «Майский», BrookeBond, Tess, Curtis, Greenfield, Ahmad, Dilmah и Basilur.

Методом сбора информации для оценки потребительских предпочтений послужило анкетирование потребителей. Было опрошено 30 потребителей. В результате анкетирования у более 60 % опрошенных лидерами являются: Tess, Greenfield, Ahmad.

При оценке качества чая путем определения органолептических показателей чая, таких как внешний вид сухого чая, вкус настоя, аромат настоя, цвет разваренного листа, внешний вид настоя, наилучшие баллы получил образец чая Basilur, у которого уровень качества составил 2,3. Остальные же чаи имеют приблизительно одинаковый уровень качества, который варьируется от 1,4 до 1,96.

Для анализа показателей конкурентоспособности была разработана шкала от 1 до 4, где 1 — уровень качества «низкий», 2 — уровень качества «средний», 3 — уровень качества «выше среднего», 4 — уровень качества «высокий».

Исходя из полученных результатов, мы можем сделать вывод о том, что данные марки чая не входят в разряд элитных или обладающих безупречным качеством. Их превосходство — в гармоничном сочетании цены, качества и дизайна, а также — в выбранной стратегии «завоевания большей доли рынка». Эта стратегия заключается в ориентации на обычного среднего потребителя, представляющего основной сегмент всего населения страны.

### Источники

1. Методы оценки конкурентоспособности чая и чайных напитков [Электронный ресурс] // Студенческая библиотека онлайн. — Режим доступа: [https://studbooks.net/1207519/marketing/metody\\_otsenki\\_konkurentosposobnosti\\_chaynyh\\_napitkov](https://studbooks.net/1207519/marketing/metody_otsenki_konkurentosposobnosti_chaynyh_napitkov). — Дата доступа: 29.11.2018.

2. Конкурентоспособность товара [Электронный ресурс] // Uchebnik. Online. — Режим доступа: <http://uchebnik.online/literatura-marketingu>.