

## МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЙ ПОДХОД ОЦЕНКИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫХ ПИЩЕВЫХ ПРОДУКТОВ

*О.Ю. Остальцева*

*Белорусский государственный экономический университет  
Студенческий научно-практический центр «Бизнес-инкубатор БГЭУ»  
Минск, Беларусь  
[olga.ostaltseva@yandex.by](mailto:olga.ostaltseva@yandex.by)*

**Abstract.** One of the top priorities of social-economic development of the Republic of Belarus is preservation and strengthening the inhabitants' health. It is known the health of people depends so much on the quality of food they use. So, in this article the results of analysis of competitiveness of food-stuffs are given and a methodological approach to the evaluation of functional products, taking into consideration the peculiarities of a food-staff, using modern methods of analysis is proposed.

В настоящее время актуальной задачей для Республики Беларусь является сохранения здоровья и продление жизни населения страны, что возлагает на государство задачу по обеспечению биологически полноценного питания для всех возрастных и социальных групп населения республики. Исходя из этого, первостепенной задачей для товаропроизводителя в условиях рыночной экономики становится выпуск конкурентоспособной продукции с высокими потребительскими свойствами.

В данный момент развитие и совершенствование ассортимента пищевых продуктов характеризуется применением традиционных способ производства и одновременной разработкой новых, перспективных технологических направления. Во многом выбор развития пищевой отрасли объясняется интересами потребителя, производителя, торговли и мировыми интенциями, что приводит к формированию и развитию сегмента специализированных продуктов питания.

На основе изучения данной группы пищевых продуктов, с точки зрения, товароведных, технологических и маркетинговых аспектов, автором разработан и обоснован авторский подход к оценке их конкурентоспособности. Предложенный алгоритм состоит из шести последовательных, взаимосвязанных этапов. Так, на первом этапе проводится исследование рынка, его сегментирование и выбор целевого сегмента потребителей. На основе результатов опроса и вторичной информации по проблеме проводится анализ отношения потребителей к специализированным пищевым продуктам, а также определение комплекса индивидуальных потребностей относительно их. Второй этап предполагает комплексную оценку маркировки товара. При этом целесообразно рассмотреть идентификационные, регламентируемые и дополнительные аспекты, определяющие конкурентные преимущества специализированного продукта. На втором этапе по результатам исследования рынка и оценки маркировки формируется линейка товаров-конкурентов и производится выбор базового образца. Базовый образец выбирается путем построения диаграммы Исикавы. На третьем этапе проводится разработка номенклатуры показателей и их экспертная оценка. Четвёртый этап предусматривает оценку основных органолептических показателей качества с применением элементов дескрипторно-профильного анализа. Таким же образом может быть проведена оценка физико-химических показателей с предварительным переводом их в балльный формат. Пятый этап предусматривает выделение ступеней уровней качества, которые составляют конкурентный потенциал специализированных пищевых продуктов, определение их влияния на конкурентоспособность. В заключение проводится обработка полученных расчётных

данных, расчёт группового, интегрального показателей и индекса конкурентоспособности функциональных хлебобулочных изделий.

Методика прошла апробацию при оценке конкурентоспособности специализированных хлебобулочных изделий, реализуемых в г. Минске, что позволило обосновать основные ее преимущества:

— с методологической точки зрения, методика достаточно проста и понятна как специалистам - практикам в области оценки качества и конкурентоспособности продуктов питания, так и специалистам предприятий пищевой промышленности, что позволяет успешно применять ее на практике;

— методологическая схема оценки конкурентоспособности специализированных пищевых продуктов с применением дескрипторно - профильного анализа содержит два экспресс метода оценки, что позволяет сэкономить финансовые, трудовые и временные ресурсы;

— применение методики при контроле стабильности органолептических характеристик в процессе реализации пищевого продукта, посредством предложенного экспресс метода (этап четвертый);

— в несколько раз позволяет сэкономить трудовые, временные и финансовые ресурсы при проведении исследований в области оценки конкурентоспособности пищевого продукта;