

УДК 339.13

ОЦЕНКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ЙОГУРТА РАЗНЫХ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ

*Рыбакова М.Н., студентка 4 курса экономического факультета
Научный руководитель - Дозорова Т.А., д.э.н., профессор
ФГБОУ ВО Ульяновский ГАУ*

Ключевые слова: конкурентоспособность, йогурт, маркетинговые исследования, показатели конкурентоспособности.

В работе рассмотрены факторы, влияющие на выбор покупателя при покупке йогурта, дана оценка конкурентоспособности йогурта разных производителей.

В рыночной экономике решающим фактором коммерческого успеха товара является конкурентоспособность [1,2,3,4,5,6]. Это многоаспектное понятие, означающее соответствие товара условиям рынка, конкретным требованиям потребителей не только по своим качественным, техническим, экономическим, эстетическим характеристикам, но и по коммерческим и иным условиям его реализации (цена, сроки поставки, каналы сбыта, сервис, реклама).

Конечная цель любого торгового предприятия - продажа товаров конечному потребителю. Конкурентоспособность товара - характеристика товара, которая отражает его отличие от товара-конкурента, с одной стороны, по степени соответствия одной и той же общественной потребности, а с другой - по уровню затрат на удовлетворение этой потребности. Следовательно, приобретение такого товара должно быть более выгодно и удобно покупателю, чем покупка другого товара, удовлетворяющего те же потребности, или аналогичных изделий у иного продавца.

Результаты проведенного маркетингового исследования в условиях магазина «Надежда» показали, что для большинства посетителей при покупке йогурта в первую очередь важна цена продукта, затем - вкус продукта и далее – его производитель. Мало интересуют покупателя процент содержания жира и реклама о товаре, что наглядно можно проследить по рисунку 1.

Оценку конкурентоспособности йогуртов разных товаропроизводителей, реализуемых в магазине «Надежда», проведем по наимено-

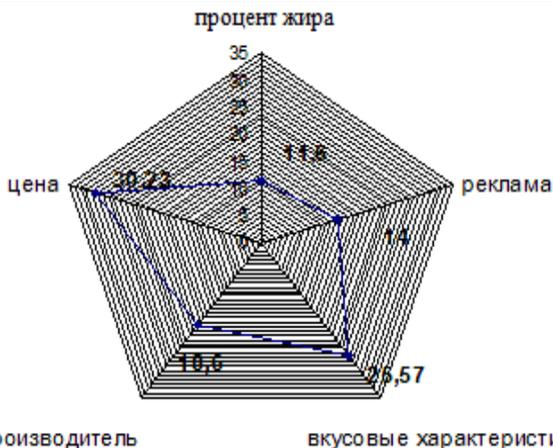


Рисунок 1 – Факторы, влияющие на выбор покупателя при покупке йогурта

Таблица 1 – Единичные показатели конкурентоспособности йогуртов разных производителей

Показатели	Первый эксперт	Второй эксперт	Третий эксперт	Четвёртый эксперт	Сумма
Внешний вид	3	5	4	5	17
Состав	2	4	4	4	14
Условия и сроки хранения	3	2	5	5	15
Цена	5	5	4	3	17
Известность производителя и реклама	2	1	4	5	12
Итого	15	17	21	22	75

ваниям, которым были отданы предпочтения покупателей. Для оценки конкурентоспособности в перечень оцениваемых параметров нами были включены следующие показатели: цена, состав продукта, известность производителя и др. Максимальная оценка показателя конкурентоспособности товара зависит от выбранной размерности шкалы

Таблица 2 – Комплексная интегральная оценка конкурентоспособности йогурта разных производителей

Показатели	«DANON»	«Чудо»	«Двух-слойный»	«ValioGefilus»
Внешний вид	0,21	0,20	0,20	0,21
Состав	0,17	0,16	0,17	0,17
Условия и сроки хранения	0,18	0,19	0,18	0,19
Цена	0,21	0,19	0,20	0,20
Известность производителя и реклама	0,16	0,14	0,16	0,15
Итого	0,93	0,88	0,91	0,92

(может быть любая размерность шкалы – 5, 10, 20 баллов). Предлагаем 5-ти балльную шкалу, поскольку она упрощает оценку потребительских свойств товара.

Затем определяют весомость единичных показателей конкурентоспособности, что позволяет провести комплексную интегральную оценку конкурентоспособности выбранных образцов йогурта (таблица 2).

По данным таблицы можно сделать следующие выводы: йогурт «DANON» оказался более конкурентоспособным, на втором месте – йогурт «ValioGefilus», уступая незначительно по уровню конкурентоспособности йогурту «DANON» по таким показателям, как цена и известность производителя и реклама. Йогурт «Чудо» в анализируемом магазине оказался неконкурентоспособным, уступая по практически всем оцениваемым показателям другим наименованиям йогуртов.

Библиографический список

1. Дозорова, Т.А. Бизнес-планирование: учебное пособие для студентов направлений подготовки 38.03.02 «Менеджмент», 38.03.01 «Экономика» для сельского, лесного и рыбного хозяйства / Т.А. Дозорова, В.М. Севастьянова. – Ульяновск: УГСХА им. П.А. Столыпина, 2017. - 184 с.
2. Дозорова, Т.А. Бизнес-планирование: учебное пособие для подготовки бакалавров, обучающихся по направлению «Агрономия» / Т.А. Дозорова, В.М. Севастьянова. - Ульяновск: УГСХА им. П.А. Столыпина, 2015. – 168 с.

3. Дозорова, Т.А. Региональное планирование, прогнозирование и программирование: учебное пособие для студентов магистратуры, обучающихся по направлению подготовки 38.04.01 Экономика, магистерская программа «Региональная экономика» для сельского, лесного и рыбного хозяйства / Т.А. Дозорова. – Ульяновск: УГСХА им. П.А. Столыпина, 2017. – 92 с.
4. Дозорова, Т.А. Методические рекомендации по дипломному проектированию по специальности 080401 «Товароведение и экспертиза товаров» / Т.А. Дозорова // Инновационные технологии в высшем профессиональном образовании. Материалы научно-методической конференции профессорско-преподавательского состава академии 11-13 октября 2011 года. – Ульяновск: ГСХА, 2011. – С.88-94.
5. Дозорова, Т.А. Коммерческая деятельность: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по экономическим направлениям / Т.А. Дозорова, О.Н. Семирханова. – 2-изд., перераб. – Ульяновск: УГСХА им. П.А. Столыпина, 2016. – 162с.
6. Дозорова, Т.А. Планирование в торговой деятельности: учебное пособие для студентов направления подготовки 38.03.07 Товароведение / Т.А. Дозорова. – Ульяновск: УГСХА им. П.А. Столыпина, 2016. – 56с.

ASSESSMENT OF COMPETITIVENESS OF YOGHURT FROM DIFFERENT MANUFACTURERS

Rybakova M.N.

Key words: *competitiveness, yogurt, marketing research, competitiveness indicators.*

The paper discusses the factors influencing the choice of the buyer when buying yogurt, the estimation of competitiveness of yoghurt from different manufacturers.