

Л. А. Прокопенко

Научный руководитель

В. Е. Сыцко

Белорусский торгово-экономический
университет потребительской кооперации
г. Гомель, Республика Беларусь

ИННОВАЦИОННОЕ ПРОИЗВОДСТВО ТУАЛЕТНОГО МЫЛА

В настоящее время основным производителем туалетного мыла в Республике Беларусь является ОАО «Гомельский жировой комбинат» (ГЖК). Однако в последнее десятилетие в республике появились и другие значимые производители туалетного мыла: ООО «Флоралис», ТЧУП «Шатлав», ОАО «Бархим», УП «Константа-91». Также производство туалетного мыла ведут такие компании, как «Модум» и «Белита-Витекс». Частное предприятие «Инкраслав» предлагает потребителям линию жидкого мыла «Софт-лайн». В Пуховичском районе Минской области работает иностранное предприятие ЗАО «ГДХЕМИКС», производящее жидкое мыло с антисептическими свойствами¹.

В Республике Беларусь наблюдается увеличение производства туалетного мыла. В 2013 г. объем производства составил 10 429 т, в 2014 г – 10 707 т. По итогам 2015 г. объем производства мыла вырос до 11 285 т. Увеличение производства туалетного мыла обусловлено ростом его потребления: в 2013 г. – 15 406, в 2014 – 16 352 т. В 2015 г. потребление мыла выросло до 17 545 т. Наблюдается существенное превышение потребления мыла по сравнению с объемом его производства в стране, что стимулирует рост спроса на импортную продукцию.

На рынке туалетного мыла в Республике Беларусь доминирует ГЖК – его рыночная доля составляет 46,6%. Доля других белорусских производителей оценивается в 9,6%. Удельный вес импортного мыла на белорусском рынке составляет 43,8% (из России, Польши, Италии, Швейцарии и других стран)².

Стратегия развития предприятия предусматривает последовательное проведение работ по реконструкции и техническому перевооружению предприятия. Стратегической целью является повышение конкурентоспособности за счет применения энергосберегающих технологий и увеличение объема выпуска продукции.

ГЖК оснащен непрерывно действующей линией «Вебер-Зеелендер» (Германия), позволяющей выпускать, кроме существующего ассортимента, туалетное мыло марок «Экстра», «Детское», «Ординарное».

Линия «Вебер-Зеелендер» дает возможность вырабатывать мыло с разного рода полезными добавками, что значительно расширяет ассортимент косметического и лечебного мыла. К ним относятся следующие: «Туалетное мыло с ионами Ag+», «Olivia» «Малыш», «Детское», «Липовый цвет» и др.

В 2013 г. на ГЖК состоялся запуск новой линии итальянского производства, что позволило выпускать высококачественное мыло торговой марки «Greenelle», в которую входят еще 5 серий («SPA», PowerNature, Cocktail, Olivia, Туалетное мыло с ионами Ag+). Туалетное мыло «Премиум» торговой марки «GreenelleOlivia» имеет оригинальную форму. Главным составляющим является оливковая стружка.

В конце 2014 г. комбинат представил серию детских средств «BabyCream» торговой марки «Greenelle».

В середине 2015 г. года ГЖК выпустил туалетное мыло торговой марки «GreenelleNZ» Gold (табак и корица), «NZ» Black (табак и вишня), которое в своем составе имеет сильные парфюмерные композиции, которые остаются на теле более длительное время.

В конце 2015 г. ГЖК выпускает новый вид продукции – мыло ручной работы на основе натуральных компонентов. Для производства мыла ручной работы была разработана индивидуальная рецептура.

¹ Управление качеством : учеб.-метод. пособие / В. Е. Сыцко [и др.] ; под общ. ред. В. Е. Сыцко. – Минск, 2008.

² Там же.

Как известно, ассортимент, качество и конкурентоспособность товаров оценивают потребители. В связи с этим были проведены всесторонние исследования потребительских свойств туалетного мыла ГЖК и проведена оценка конкурентоспособности³.

Объект исследования – туалетное мыло. Для оценки уровня конкурентоспособности определили следующие образцы мыла: «GreenelleSPA миндаль» (ГЖК), «Ландыш» (ГЖК), «GreenelleAg+ FamilyCare» (ГЖК), «Земляничное» (ГЖК), «Ваш малыш» с экстрактом зверобоя (ГЖК), «Шик» с ромашкой (Украина), мыло туалетное твердое «Dalan» (Россия).

Результаты проведенного исследования показали, что инновационные технологии в производстве туалетного мыла Гомельского жирового комбината позволили выпускать востребованный, импортозамещающий ассортимент туалетного мыла высокого качества и конкурентоспособности на внутреннем и внешнем рынках.

По результатам социологического опроса потребителей и экспертов для оценки уровня конкурентоспособности были выбраны следующие показатели качества: запах, удобство пользования, моющая способность, цвет, внешний вид, упаковка и маркировка.

По результатам экспериментальной оценки семи образцов туалетного мыла, установлено, что высокий уровень конкурентоспособности имеет мыло ГЖК, а образцы импортного производства имеют низкий уровень конкурентоспособности за счет более низкого качества и высокой цены.

Оценка уровня конкурентоспособности туалетного мыла производства ГЖК, России, Польши и Таиланда показала, что конкурентоспособность импортного туалетного мыла значительно ниже отечественного ($K = 0,54-0,33$), что позволяет сделать вывод о сокращении импорта, наращивании производстве высококачественного туалетного мыла и жидких средств гигиены ГЖК.

Таким образом, новая технология, невысокая цена по сравнению с зарубежными аналогами позволяет обеспечить население Республики Беларусь туалетным мылом по приемлемым ценам.

³ Товароведение непродовольственных товаров : учеб. / В. Е. Сыцко [и др.] ; под общ. ред. В. Е. Сыцко. – Минск : Выш. шк., 2014 – 667 с.