

Сыцко В.Е., д.т.н., проф.
Ходор С.С., магистрант
Червонцева А.Н., магистрант
*УО «Белорусский торгово-экономический университет
потребительской кооперации», г. Гомель*

ИННОВАЦИОННОЕ ПРОИЗВОДСТВО ТОВАРА КАК ОСНОВА ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ

Производство туалетного мыла в Республике Беларусь сконцентрировано преимущественно на ОАО «Гомельский жировой комбинат» (ГЖК). Однако в последнее десятилетие в республике появились и другие значимые производители туалетного мыла: ООО «Химмедсинтез», ООО «Флоралис»,

ТЧУП «Шатлав», ОАО «Бархим», ЗАО «Модум», ОАО «Белита-Витекс» и др.[1].

В Республике Беларусь наблюдается увеличение производства туалетного мыла. Объем производства составил в 2014 г. – 10707 т, а в 2015г. – 11285 т. Увеличение объемов производства туалетного мыла обусловлено ростом его потребления. Санитарно-гигиенические нормы потребления туалетного мыла на душу населения в год составляют 1,5 кг. Потребление туалетного мыла в нашей стране в 2014 г. составило 16352 т, а в 2015 г.- 17545 т. Наблюдается существенное превышение потребления мыла над объемом производства мыла в стране, что стимулирует рост спроса на импортную продукцию.

На рынке туалетного мыла в Республике Беларусь доминирует Гомельский жировой комбинат. Его рыночная доля составляет 46,6 %. Импорт туалетного мыла в Республику Беларусь в 2015 г. составил 11437 т, при этом удельный вес импортного мыла из России, Турции, Швейцарии, Украины, Польши, Таиланда на белорусском рынке составил 43,8 % [1]. В связи с этим были проведены исследования внедрения инновационных технологий на ГЖК для создания конкурентоспособного ассортимента туалетного мыла и жидких средств гигиены.

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

ОАО «Гомельский жировой комбинат» оснащен непрерывно действующей линией «Вебер-Зеелендер» (Германия), позволяющей выпускать туалетное мыло марки «Экстра», «Детское», «Ординарное». Для этих марок характерно применение высококачественного жирового сырья: кокосового масла, говяжьего жира, гидрированных жиров. Расширение варочного отделения дало возможность получать мыла с более качественной жировой основой. Линия «Вебер-Зеелендер» дает возможность вырабатывать мыла с разного рода полезными добавками, что значительно расширяет ассортимент косметических и лечебных мыл. К ним относятся следующие: «Мой стиль», «Малыш», «Детское», «Липовый цвет», «Шанс», «Травы луговые», «Вазелиновое», «Золушка», «Хвойное» и др. В 2013 году на ГЖК состоялся запуск новой линии (Италия), в которую входит пять серий, что позволило выпускать высококачественное мыло серии «SPA», крем-скраб мыло «SPA кофе» и ТМ «Greenelle». В конце 2014 г. комбинат представил серию детских средств «Vabuscram» торговой марки «Greenelle–крем-шампунь, крем-гель для душа и крем-мыло. Таким образом, происходит динамичное расширение ассортимента туалетного мыла, что дает возможность рассчитывать на рост доли мыла белорусского производства в общем объеме потребления.

Гомельский жировой комбинат выпускает новый вид продукции - мыло ручной работы на основе натуральных компонентов: экстрактов растений и эфирных масел.

Современный ассортимент туалетного мыла, выпускаемого ОАО «Гомельским жировым комбинатом» представлен следующими видами:

Туалетное крем-скраб мыло серии «Greenelle SPA» с пилинг-эффектом выпускается в трех видах: с овсянкой, кофе и миндалём. Специальная формула, содержащая крем и натуральный скраб, обеспечивает нежный уход и обновление кожи.

Туалетное мыло серии «PowerNature» – это новейшая философия, базирующаяся на единении с природой, естественности и гармоничном образе жизни, объединяющая четыре самых важных жизненных элемента: вода, земля, воздух и огонь.

Крем-мыло серии «Cocktail» – непрозрачное белое мыло, кусок необычной формы в виде «косточки», обеспечивает массажный эффект за счет размещения на одной из его сторон выпуклых линий в виде трех волн.

Туалетное мыло серии «GreenelleOlivia» – это сочетание высокого качества, ценных свойств масла оливы, оригинальной формы, неповторимого стиля и яркого аромата. Это мыло «премиум» сегмента, привлекающее к себе внимание своей уникальностью и необычностью.

Серия «GreenelleAg+» содержит ионы серебра, которые выступают в роли защитников, уничтожая болезнетворные бактерии, вирусы и грибки.

Туалетное крем-мыло серии «BabyCream» включает три разновидности мыла, созданные на основе растительных масел, которые содержат в своём составе детский крем и натуральные экстракты алоэ, ромашки и календулы, не оказывают аллергического действия.

В ассортименте мыло серий «Камелия», «Фруктовое», «Банное», «Цветочное»

Как известно, ассортимент, качество и конкурентоспособность товаров оценивают потребители. В связи с этим были проведены всесторонние исследования потребительских свойств туалетного мыла производства ГЖК и предложена методика оценки его конкурентоспособности. Качество продукции можно выразить математически в виде показателя уровня качества продукции, а показатель конкурентоспособности определяется как отношение комплексного показателя уровня качества к фактической цене [2]. При разработке методики оценки относительного уровня конкурентоспособности на ЭВМ по программе «Оценка» [3], разработанной кафедрой товароведения, следовали общему алгоритму определения комплексного показателя.

Объектом исследования стало туалетное мыло. Для оценки уровня конкурентоспособности взяли следующие образцы мыла: «GreenelleSPA» (ГЖК), «Ландыш» (ГЖК), «Qrell» (Польша), «Земляничное» (Россия), «Хвойное» (Россия), «Luksja» (Таиланд).

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

По результатам экспериментальной оценки шести образцов туалетного мыла, установлено, что высокий уровень конкурентоспособности имеет мыло Гомельского жирового комбината (образец №1- К-2.0, образец №2- К-0,195), третий (Польша), четвертый и пятый (Россия), шестой (Таиланд) образцы имеют низкий уровень конкурентоспособности за счет более низкого качества и высокой цены. Оценка уровня конкурентоспособности туалетного мыла Гомельского жирового комбината, России, Польши и Таиланда показала, что конкурентоспособность импортного туалетного мыла значительно ниже отечественного ($K=0,54-0,33$), что позволяет сделать вывод о необходимости сокращения импорта и наращивания производства высококачественного туалетного мыла и жидких средств гигиены на Гомельском жировом комбинате.

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

Разработан алгоритм проведения экспертизы качества и конкурентоспособности, что представляется очень важным, так как на современном этапе развития экономических отношений углубляются процессы активной интеграции Республики Беларусь в мировой рынок. Новые условия требуют более глубоких знаний вопросов ассортимента, качества, экспертизы и определения конкурентоспособности товаров для формирования оптимальной структуры ассортимента с учётом импортозамещения.

Литература:

1. Балансы товарных ресурсов Республики Беларусь: статистический сборник. – Минск: Национальный статистический комитет, 2015. – 62 с.
2. Стандартизация и оценка соответствия: учебное пособие / В.Е.Сыцко [и др.]. – Минск: Выш.шк., 2012. – 237 с.
3. Сыцко, В.Е. Конкурентоспособность товаров как основа экономической безопасности / В.Е.Сыцко //GLOBAL WORLD: Науковий альманах. – 2015.– Vol.1(1). –С. 88-93.