

УДК 339.138

АНАЛИЗ УДОВЛЕТВОРЕННОСТИ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ОАО «СЛУЦКИЙ СЫРОДЕЛЬНЫЙ КОМБИНАТ»

Т.Н. Кравченко, 4 курс

*Научный руководитель – П.В. Гуца, к.э.н., доцент
Полесский государственный университет*

Молочная сфера Беларуси — одна из ведущих отраслей промышленности, которая требует не только постоянных вложений сил и материальных ресурсов. Новые технологии на производстве — также один из важных факторов развития и прогресса. Молочная отрасль является стратегически важной для Республики Беларусь, она находится под пристальным контролем государства.

В 2019 году на белорусских молочных фермах и комплексах производство молока составило 7 105 тыс. тонн, что на 77 тысяч тонн или на 1% больше по сравнению с 2018 годом (рис.) [1].

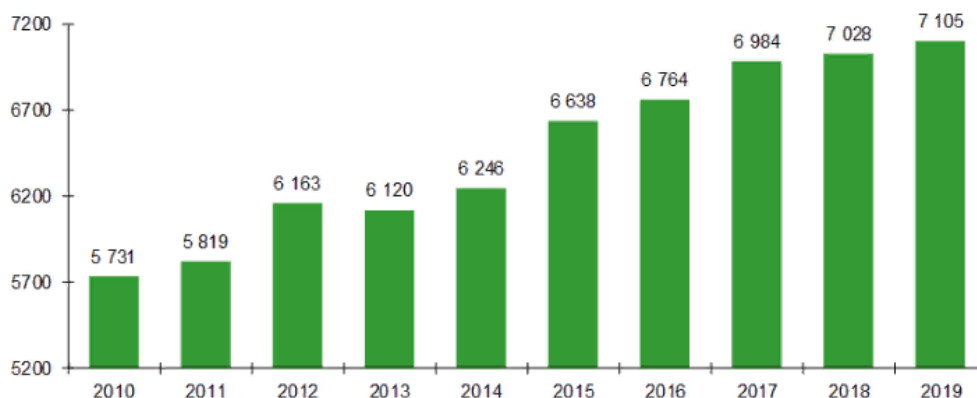


Рисунок – Производство молока на белорусских молочных фермах и комплексах, тыс. т.

На молочном рынке Беларуси конкурирует большое количество молокоперерабатывающих предприятий. В свою очередь количество торговых марок на этих предприятиях варьируется от 1 до 7. Однако следует иметь в виду, что не каждая торговая марка является брендом. Для этого, товарный знак, торговая марка должны приобрести известность на рынке и доверие у покупателей.

ОАО «Слуцкий сыродельный комбинат» один из крупнейших производителей сыров, масла и цельномолочной продукции в Республике Беларусь. Широкий ассортимент продукции представлен сычужными сырами, сырными рулетами, сырами плавлеными колбасными копчеными и не-копчеными, сырами творожными, маслом сливочным, спредами, майонезом, мороженым, цельномолочной продукцией в ассортименте, сухим обезжиренным молоком, сывороткой молочной подсырной сухой, заменителями цельного молока и казеином. Продукция предприятия выпускается под несколькими торговыми марками такими, как Complimilk, ПлавгородЪ, Клецкая крыначка, Нежная королева и Случанская.

Основным регионом реализации произведенной продукции на внутреннем рынке для ОАО «Слуцкий сыродельный комбинат» является Минская область (в среднем 95,5% по всем видам продукции), основная причина – это месторасположение предприятия, и сроки реализации продукции. Такая ситуация характерна для всех молокоперерабатывающих предприятий Республики Беларусь, где каждое предприятие реализует продукцию, в основном, в своем регионе.

Основными организациями, покупающими продукцию комбината, являются: магазины (торговые организации – наибольший объем продукции); предприятия, покупающие продукцию для собственного производства; специальные учреждения (военные части, больницы, школы, детские сады и т.д.), организации общественного питания.

Реализуется продукция напрямую специалистами по продажам на комбинате, без посредников и дистрибьюторов.

Для изучения удовлетворенности потребителей продукции ОАО «Слуцкий сыродельный комбинат» был проведен опрос среди покупателей и рассчитана оценка на основе мультиатрибутивной модели.

Были выбраны следующие критерии для оценки: качество продукции, качество и дизайн упаковки, уровень обслуживания, срок хранения продукции, стоимость продукции, наличие питательных веществ, разнообразие ассортимента.

Проанализировав ответы покупателей, индекс удовлетворенности покупателей составил 19,8 баллов из 25.

Следует обратить внимание на то, что покупатели оценили качество продукции в 4,7 бала из 5. Далее более высокий бал получили уровень обслуживания и качество и дизайн упаковки. Самые низкие балы покупатели отнесли к наличию питательных веществ в продукции и разнообразию ассортимента.

По важности критериев: качество продукции – 5 баллов, наличие питательных веществ – 4,9 бала, дизайн упаковки 4,7 баллов, стоимость продукции – 4,6 бала, уровень обслуживание и разнообразие ассортимента – 4,5 баллов.

Исходя из анализа, можно сделать вывод, что предприятию следует увеличить наличие питательных веществ в продукции, так же увеличить разнообразие ассортимента.

Для увеличения удовлетворенности потребителей предприятию так же следует обратить внимание на основные тренды молочного рынка:

1. Рост спроса на функциональные продукты. В молочном сегменте одним из популярных направлений стали молочные продукты с пробиотиками, которые, как считается, способствуют улучшению пищеварения.

2. Сокращение спроса на молочные продукты с сахаром.

3. Увеличение спроса на продукты с высоким содержанием белка.

4. Жирность важна для всех товарных подгрупп, поэтому выигрывают те производители, у которых она нанесена крупным шрифтом на лицевой стороне упаковки.

5. Большое значение имеют сроки годности продукции. Среди покупателей бытует мнение, что чем меньше сроки хранения, тем меньше добавок и консервантов в продукции.

6. В современном сегменте растут натуральные вкусы, без добавок.

7. Среди начинок и наполнителей вкуса выигрывают сухофрукты, орехи и злаки.

Таким образом, изучение удовлетворенности покупателей помогает предприятию выявить его слабые места в производстве продукции, узнать, какие критерии наиболее важны для покупателя при выборе продукции и позволяет грамотно развивать ассортиментный портфель.

Список использованных источников

1. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/realny-sector-ekonomiki/selskoe-hozyaistvo/selskoe-khozyaystvo/graficheskiy-material-grafiki-diagrammy/proizvodstvo-moloka/> Дата доступа: 11.03.2020.