

КОНКУРЕНТНЫЕ ПОЗИЦИИ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ МАРКИ GEFEST И ЕЕ ПЕРСПЕКТИВЫ

*Кобылина Е.В., 5 курс,
Храбан Г.С., к.т.н., доцент,*

УО «Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации»

В настоящее время для экономики нашей страны особо актуальными являются вопросы инновационного развития различных отраслей народного хозяйства на основе ускорения научно-технического прогресса, внедрения импортозамещающих и энергосберегающих технологий, повышения культуры производства.

Первостепенная роль в решении задач по обеспечению экономической и социальной устойчивости на потребительском рынке принадлежит отечественным производителям товаров народного потребления и, прежде всего, социально значимых.

Целью настоящего исследования было ознакомление с деятельностью совместного белорусско-российского предприятия ОАО «Брестгазоаппарат» – отечественного лидера в производстве газовых плит – известного во всех регионах России, странах СНГ, Прибалтики и Западной Европы под брэндом GEFEST.

Это предприятие специализируется на производстве газовых, газозлектрических и электрических плит и более 80% своей продукции поставляет на экспорт. Брестские плиты успешно выдерживают конкуренцию с известными торговыми марками INDESIT, SIEMENS, ARISTON и двумя десятками других мировых производителей. Объемы производства газовых плит на предприятии постоянно увеличиваются. В настоящее время ежегодно производится порядка 750 тыс. штук данных бытовых приборов, а в 1995 году их было произведено лишь 349 тыс. штук. Увеличивается и потребление этих видов товаров. В 2005 году розничный товароборот по газовым плитам в целом по республике составил 39,8 млрд. руб., а в 2006 году – 43,2 млрд. руб. И все же обеспеченность населения Республики Беларусь остается невысокой и составляет 7 плит на 100 человек, что подтверждает необходимость стимулирования их производства.

Перед предприятием стоят задачи по наращиванию объемов производства, обновлению и расширению выпускаемого ассортимента, повышению качества. Продукция ОАО «Брестгазоаппарат» сертифицирована на соответствие техническим нормативно-правовым актам в Республике Беларусь, в Российской Федерации и в Украине, а для продвижения на международный рынок – сертифицирована на соответствие требованиям Директив Евросоюза и европейских стандартов с правом нанесения ЕС-маркировки, а также по международной системе стандартов ISO 9001-2000.

Белорусская компания «Брестгазоаппарат» известна уже более чем 50 лет. Ее политика – обеспечение качества изготовления и разработка стильного внешнего вида. Этим гарантиям отвечают все 14 моделей газовых и электрических плит в 89 различных стилевых оформлениях. Основные функциональные возможности (электророзжиг, газ-контроль, гриль, конвекция, турбогриль), наличие таймера, программатора, термозонда – все это свидетельствует о мировом качестве, высокой конкурентоспособности и больших перспективах белорусских производителей. Выбор за потребителем, однако, помочь ему сориентироваться, профессионально и доступно довести информацию о потребительских свойствах и показателях качества, экономических, эргономических и функциональных преимуществах каждой модели призваны торговые работники и рекламная продукция производителя.

Следует отметить, что в действующих стандартах, технических паспортах и рекламных буклетах приведены основные технические характеристики выпускаемых моделей плит, но потребители зачастую нуждаются в конкретизации показателей свойств, например: возможность одновременного приготовления; количествоготавливаемой пищи; экономичность работы прибора. Каждое из названных потребительских свойств будет характеризоваться конкретными показателями – наличием или отсутствием духового шкафа, его размерами, количеством конфорок, их конструкцией, мощностью нагрева, количеством температурных режимов, наличием режима конвекции и функции гриля, количеством потребляемой электроэнергии или газа, теплопотерями и т.п.

О необходимости не только внедрения передовых технологий, но и разработки и применения развернутой и конкретной номенклатуры потребительских свойств для всестороннего информирования потребителей об уровне потребительской ценности своей продукции должна идти речь на предприятии – производителе, что позволит повысить его конкурентные позиции и сделать марку GEFEST еще более привлекательной.