

О «близнецах» и конкуренции

Недавно я случайно услышала разговор, который заставил меня задуматься. Знакомая женщина жаловалась своей подруге: – Что-то «ГОСТОВское» мороженое в последнее время совсем испортилось. Всегда был такой пломбир вкусный. И недорогой. А теперь – цену снизили, и есть стало невозможно. Уж лучше бы по старой цене и продавали, чем продукт портить.

Монолог этот показался мне достаточно странным. На «Хладокомбинате № 3» в Екатеринбурге, где производится «ГОСТОВский» пломбир, к качеству готовой продукции всегда относились очень серьезно, и снизить цену популярной марки пломбира в ущерб вкусу? Такое просто невозможно!

«Должно быть, жалуются как обычно. Раньше, мол, и вода была мокрее, и сахар слаще», – подумала я. И – ошиблась.

Вскоре я сама купила на лотке вафельный стаканчик в яркой голубой упаковке... Да, то, что называлось «ГОСТОВским», на мой вкус и пломбиром-то не было. Для начала я внимательно рассмотрела упаковку, и удивилась: произведено это мороженое было совсем не в Екатеринбурге, а в Новосибирске неким ОАО «Новосибхолод».

В 2005 году, когда на Хладокомбинате № 3 только начали выпускать ГОСТОВское мороженое, отношение к этой серии было особым. «Сегодня слишком много продукции выпускается по упрощенной схеме. Не по ГОСТам, а по техническим условиям, – говорили тогда технологи комбината. – Такое мороженое и стоит дешевле, и производить его проще. А потребитель, между тем, забывает вкус настоящего пломбира...».

Оценивая покупательские предпочтения, маркетологи и технологи третьего хладокомбината не ошиблись: новый пломбир со «старым», классическим вкусом, который и стоит вполне доступно, быстро нашел своего покупателя. А вскоре к стаканчикам и брикетам добавилась целая линейка «ГОСТОВского» мороженого – рожки, эскимо, ванны, весовое отменного вкуса и качества.

Что же происходит? Почему мороженое в знакомой упаковке начали вдруг производить в Новосибирске? За ответом на этот вопрос я обратилась к директору ООО «Хладокомбинат №3» Сергею Пирогову. И оказалось, что не только покупатели обеспокоены появлением «двойника» у любимого «ГОСТОВского».

– Уже три месяца мы обнаруживаем в самых разных торговых точках «близнецов» нашего «ГОСТОВского» пломбира. И проблема не только в том, что ОАО «Новосибхолод» скопировало нашу упаковку. «Близнец», внешне как две капли воды похожий на наш пломбир, по качеству серьезно отличается от того, что производится на нашем хладокомбинате. Для того чтобы определить качество двойника «ГОСТОВского», мы обратились в испытательный центр «Уралтест-Экспертиза» ФГУ «Уральский центр стандартизации, метрологии и сертификации». Это один из самых известных и уважаемых на Урале институтов, занимающихся экспертизой продовольственных товаров.

В лабораториях «Уралтеста» исследовали новосибирское мороженое на предмет соответствия его состава информации, указанной на этикетке. В результате исследований установлено (цитата из заключения экспертов): «жировая фаза представленных образцов фальсифицирована жирами немолочного происхождения» (копия протокола № 4178 прилагается). Иными словами, «ГОСТОВский пломбир», произведенный ОАО «Новосибхолод», носит свое имя незаслуженно. В настоящем пломбире, произведенном в соответствии с требованиями ГОСТ-Р 52175, растительных жиров быть просто не должно.





Заключение экспертизы документально подтвердило выводы, сделанные потребителями: «новый» «ГОСТОВский» пломбир уступает оригиналу по качеству. Потому и цена у «двойника» несколько ниже, чем у оригинала...

В отсутствии вкуса подражателей не упрекнуть. Разрабатывая линейку «ГОСТОВского», технологи хладокомбината учли и свой многолетний опыт, и вкусы потребителя. Неудивительно, что за три года этот плом-



всего, откажется от этого непонятно-го мороженого совсем, не разбираясь, что написано на упаковке, и почему в

– Но неужели на Хладокомбинате №3 спокойно смотрят на действия конкурентов? – спросила я у Пирогова. И получила исчерпывающий ответ.

– За защитой товарного знака ГОС-ТОВ, принадлежащего ООО «Хладокомбинат №3» на основании свидетельства о регистрации № 298182 от 14.11.05, мы обратились в компетен-

тные государственные и муниципальные органы. Сейчас специалисты проводят соответствующие проверки, в том числе, и в розничных торговых точках. Так что способы защитить свою продукцию, марку, и, главное, покупателей – у нас есть!

«Хладокомбинат №3» уже проинформировал о подделке всех своих партнеров и по возможности покупателей. Но как обидно, что команде предприятия с солидным именем и большой историей приходится тратить силы и время на борьбу с подражателями, которые не уважают ни чужие достижения, ни продавцов, ни простых покупателей.

А.Баранова

бир стал своеобразной «визитной карточкой» ООО «Хладокомбинат №3». Покупатели привыкли к оригинальному дизайну упаковки, которая, в совокупности с уважаемой торговой маркой, стала гарантом безупречного качества, вкуса и безопасности этого продукта.

Конечно, использовать чужую торговую марку, упаковку, которую хорошо знают покупатели, бывает проще, чем трудиться над собственными рецептами, вкладываться в продвижение продукта на рынок. Но, увы, пока ещё есть у нас фирмы, которые хотели бы заработать на чужих достижениях. И даже то, что товар, не соответствующий ожиданиям покупателей, всё равно не будет пользоваться устойчивым спросом, подражателей не останавливает.

Не стоит думать, что покупатель выбирает мороженое, к примеру, ориентируясь только на цену, и не задумываясь отдаст предпочтение более дешевому «ГОСТОВскому». Ну да, разок купит. А потом? Потом, скорее

одном месте этот пломбир дешевле, в другом – дороже. Так что добросовестному производителю наносится двойной удар – и по репутации, и по объему сбыта.

