

СЕКЦІЯ
«ТЕОРЕТИЧНІ ТА ПРИКЛАДНІ АСПЕКТИ МАРКЕТИНГОВОЇ
ДІЯЛЬНОСТІ НА РИНКУ ТА В МЕРЕЖІ ІНТЕРНЕТ»

УДК 339.13

Базар Аліна

Bazar Alina

Науковий керівник: викладач вищої категорії Березівська Н. С.

ДВНЗ «Тернопільський коледж харчових технологій і торгівлі»

**АНАЛІЗ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ПІДПРИЄМСТВА
ANALYSIS OF COMPETITIVE ADVANTAGES OF THE ENTERPRISE**

Конкурентні переваги – сильні сторони підприємства, якщо вони забезпечують перевагу над конкурентами і є дуже важливими для цільового ринку. Зовнішня конкурентна перевага базується на відмінних якостях товару, що створює цінність для покупця за рахунок зменшення його витрат чи підвищення ефективності його діяльності. Вона збільшує «ринкову силу» підприємства так, що може примусити ринок прийняти більш високу ціну продажу порівняно з конкурентами. Внутрішня конкурентна перевага – це перевага підприємства стосовно витрат чи управління, яка створює цінність для товаровиробника, дозволяє знизити собівартість більшою мірою, ніж пріоритетний конкурент.

В результаті проведення маркетингового дослідження були отримані дані для SWOT-аналізу ТзОВ «Пивоварня «Опілля».

Сильні сторони: високий професіоналізм і внутрішня культура працюючого персоналу; доступні ціни; ефективна структура управління; великий досвід роботи в галузі; нові технології виробництва; високий рівень довіри з боку споживачів.

Слабкі сторони: недостатнє фінансування, середня позиція в частці ринку, відсутність системи стратегічного планування.

Загрози: високі податкові ставки; значний ступінь зміни потреб і смаків споживачів; несприятливі демографічні зміни; збільшення темпів інфляції; велика кількість конкурентів не дозволяє отримати максимальний економічний ефект; уповільнення темпів економічного розвитку.

Можливості: можливості розширення; науково-технічний прогрес підвищення позиції в частці ринку; розвиток тенденції споживання якісної натуральної корисної продукції.

Основними умовами досягнення конкурентних переваг ТзОВ «Пивоварня «Опілля» є: 1) Інтенсифікація співпраці із засобами масової інформації. Необхідно споживачів про користь споживання дійсно якісно та корисного живого пива, яке і пропонує ТзОВ «Пивоварня «Опілля». Інформування про переваги продукції підприємства та використання нових технологій лише на сайті не достатньо – не всі споживачі є активними інтернет-користувачами та відвідують сайт підприємства. Комунікаційна діяльність повинна також бути направленою на зростання іміджу марки; 2) Розширювати асортимент продукції. Це можна, зокрема, зробити за рахунок таких позицій як медове, пшеничне, міцне, безалкогольне тощо; 3) Ціна. Всі виробники працюють з однаковим асортиментом продукції і намагаються знизити її вартість за рахунок зниження вартості вихідної сировини та технологічного обладнання; 4) Споживчі характеристики. Висока якість сировини, нові складники, спеціальні рецепти та технологія виготовлення створять комплекс високої споживчої вартості продукції; 5) Використання екологічно чистої упаковки.

Перелік посилань:

1) Офіційний сайт ТОВ «Пивоварня Опілля»: [Електронний ресурс].
Режим доступу: <https://opillia.com>