МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКА НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ ПРИКЛАДНОЇ ЕКОНОМІКИ І МЕНЕДЖМЕНТУ ім. Г. Е. ВЕЙНШТЕЙНА

ТЕЗИ

III ВСЕУКРАЇНСЬКОЇ СТУДЕНТСЬКОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ «АКТУАЛЬНІ АСПЕКТИ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ: ПОГЛЯД МОЛОДІ»

6 – 7 КВІТНЯ 2021 р.
м. Одеса

НТБ ОНАХТ

ДОСЛІДЖЕННЯ ПОЗИЦІОНУВАННЯ ПРОДУКЦІЇ ВТМ «СЕМЕРКА» В СЕГМЕНТІ «ЗЕФІР»

Луньова Л.О., студ. СВО «Магістр» ф-ту ММІЛ
Науковий керівник – к.е.н., доц. Лозовська Г. М.
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса

У сучасних умовах підприємству щоб відрізнятися серед конкурентів та займати бажане місце на ринку, необхідно свої зусилля направляти на удосконалення ринкових пропозицій завдяки їх позиціонування на ринку.

Для визначення позицій на ринку продукції ВТМ «Семерка» в сегменті «зефір» було розроблено карту позиціонування.

Карта позиціонування – використовується для того, щоб наочно показати, як саме споживач сприймає позиціонування конкуруючих продуктів. А також для того, щоб, знаючи фактичний стан справ, сформулювати правильний вектор розвитку позиціонування товару [1].

Для побудови карти позиціонування обрано такі ТМ-конкуренти зефіру як: ТМ «Жако», ВТМ ТОВ «Таврія-В» «Семерка», «Престиж», «Ромни», «Богуславна», «Родина», «Бісквіт Шоколад», а також проаналізовано два показника: ціна та наявність штучних домішок (табл.1).

Таблиця 1 – Аналіз вартості зефіру

ТМ	Ціна за 1 кг зефіру, грн			
	Класичний, білий	Біло-рожевий	В глазурі	Ванільний
«Бісквіт Шоколад»	158,0	159,0	163,0	160,0
«Рошен»	146,0	98,0	129,0	-
«Родина»	137,0	143,5	145,0	143,0
«Престиж»	135,6	135,0	149,0	141,0
«Богуславна»	118,5	119,9	134,0	127,0
«Жако»	115,0	114,0	120,5	114,0
«Семерка»	107,7	109,0	113,0	103,5
«Ромни»	99,0	100,0	109,0	98,5

Зефір ВТМ «Семерка» являється майже найдешевшим із перелічених ТМ [2]. Проаналізувавши склад зефіру кожної із наведених ТМ було обрано показник «наявність штучних домішок», для оцінки продукту прийнято шкалу від 1 до 3, де 1 – в продукті більше штучних домішок (штучні ароматизатори, барвники), 2 – в продукті містяться як штучні, так й натуральні домішки, 3 – більше натуральних домішок (рис.1).

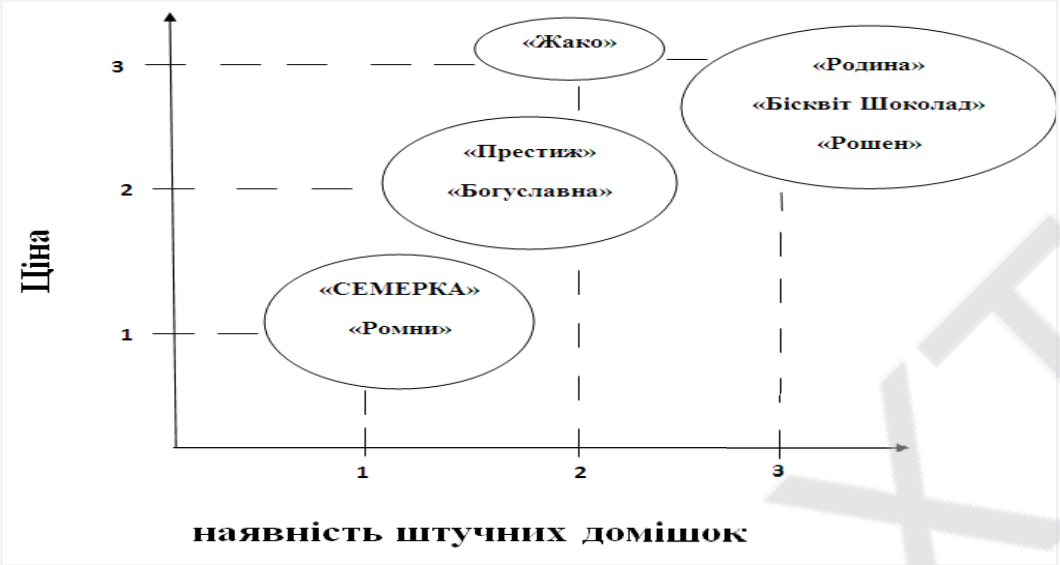

Рис. 1. Карта позиціонування ТМ зефіру

З карти позиціонування визначено позицію зефіру ВТМ «Семерка» (низькі ціна та наявність штучних домішок) – позиція низька.

Для підвищення рівня позиціонування зефіру було запропоновано удосконалення його склад шляхом заміни штучних домішок на натуральні. За рахунок додавання натуральних домішок буде покращено якість зефіру, але це призведе до підвищення вартості товару. Ціну зефіру можна буде втримати на середньому рівні завдяки економії на упаковці продукту, фасування продукту здійснюється на підприємстві у ВООР-плівку, яка дешевше за картон. Отже, поліпшена якість (наявність натуральних домішок) та середня ціна на зефір ВТМ «Семерка» підвищить конкурентоспроможність та відкриє продукт для більшої кількості споживачів.

Література:

1. Касич А. О. Теоретичні та практичні аспекти управління конкурентоспроможністю підприємства. А. О. Касич, Д. О. Глущенко. Економіка та держава. 2016. № 11. С. 65-70.

2. Аналіз ринку кондитерських виробів. URL: www.stoksmarket.qov.ua /www.eminet.net.ua.

АНАЛІЗ РИНКУ ТА КОНКУРЕНТНОГО СЕРЕДОВИЩА БАЗИ ВІДПОЧИНКУ «ЛОЦМАН»

Волик Т.О., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ММіЛ
Науковий керівник – к. с.-г. н., доцент Черевата Т.М.
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса

У ринковій економіці підприємці не можуть домогтися стабільного успіху, якщо не будуть чітко й ефективно планувати свою діяльність, постійно збирати й аналізувати інформацію як про стан цільових ринків, положенні на них конкурентів, так і про власні перспективи і можливості.

База відпочинку «Лоцман» знаходиться на березі Азовського моря на початку Бердянської коси на першій лінії. Основною послугою готелю є

Наукові керівники - старший викладач Голодонюк О.М., викладач-стажист Мільчева В. В.
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса

9. СТРАТЕГІЇ ПОЗИЦІОНУВАННЯ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА: ОСОБЛИВОСТІ ТА ВИДИ 16
Загородна О.Ю., студ. СВО «Магістр» ф-ту ММіЛ
Науковий керівник - к.е.н., ст.викладач Соколюк К.Ю.
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса

10. АНАЛІЗ КОНКУРЕНТНОГО СЕРЕДОВИЩА ТОВ «РЕД БУЛЛ УКРАЇНА» 18
Стоянова О. І., студ. СВО «Магістр» ф-ту ММіЛ
Науковий керівник – к.е.н., доц. Лозовська Г.М.
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса

11. АНАЛІЗ МАРКЕТИНГОВОГО СЕРЕДОВИЩА АН «ПРОМІНАДА» 20
НовіковаО.А.,студ. СВО «Магістр» ф-туММіЛ
Науковий керівник – к.е.н., доцентЛозовська Г.М.
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса

12. ДОСЛІДЖЕННЯ ПОЗИЦІОНУВАННЯ ПРОДУКЦІЇ ВТМ «СЕМЕРКА» В СЕГМЕНТІ «ЗЕФІР» 23
Луньова Л.О., студ. СВО «Магістр» ф-ту ММІЛ
Науковий керівник – к.е.н., доц. Лозовська Г. М.
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса

13. АНАЛІЗ РИНКУ ТА КОНКУРЕНТНОГО СЕРЕДОВИЩА БАЗИ ВІДПОЧИНКУ «ЛОЦМАН» 24
Волик Т.О., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ММіЛ
Науковий керівник – к. с.-г. н., доцент Черевата Т.М.
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса

14. МОТИВАЦІЯ ПІДПРИЄМНИЦТВА НА ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВАХ 26
Домінгес В.М., студент СВО «Магістр» факультету ММіЛ
Науковий керівник: к.е.н., старший викладач Євтушок О.В.
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса

15. ОСОБЛИВОСТІ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВАХ 28
Домбровська Я.Є., студ. СВО «Магістр» ф-ту ММіЛ
Науковий керівник – к.е.н., старший викладач Євтушок О.В.
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса

16. ПРОСУВАННЯ УКРАЇНСЬКИХ ПРОМИСЛОВИХ ТОВАРІВ НА МІЖНАРОДНІ РИНКИ 30
Лисаковська О.А. студ. СВО «Магістр» ф-ту ММіЛ
Науковий керівник – к.е.н., старший викладач Євтушок О.В.
Одеська національная академія харчових технологій, Одеса, Україна