

**Науковий керівник: Марчук А.О., асистент**  
**ДОСЛІДЖЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПАТ «ЛЬВІВСЬКА**  
**КОНДИТЕРСЬКА ФАБРИКА «СВІТОЧ» НА РИНКУ КОНДИТЕРСЬКИХ ВИРОБІВ**

**Плясецька В.Р., Email: [plyasetsckaya.vicka@gmail.com](mailto:plyasetsckaya.vicka@gmail.com)**

*Таврійський державний агротехнологічний університет імені Дмитра Моторного*

В Україні на ринку кондитерських виробів діє олігополія, тобто існують декілька головних підприємств та багато малих фабрик. Лідерами на ринку є такі торгові марки як «ROSHEN», «ABK», «Millennium», «Корона», «Milka», «Світоч». У конкурентному середовищі важливо завжди підтримувати інтерес потенційних клієнтів, нагадувати про свою продукцію використовуючи концепцію маркетингових комунікацій, розширяти асортимент або вилучати з нього неконкурентоспроможні товари, та багато інших заходів, які підвищують частку підприємства на ринку.

Метою дослідження є оцінка конкурентоспроможності ПАТ «Львівська кондитерська фабрика «Світоч» в порівнянні з основними конкурентами.

Згідно з аналізом конкурентоспроможності на основі 4 Р, найбільш конкурентоспроможною є торгова марка «ROSHEN» перед усім завдяки ступеню охоплення ринку, широті регіонів збуту та інтенсивності каналів збуту. У діяльності підприємства ТМ «Домінік» майже відсутня комунікація зі своєю цільовою аудиторією та збутова політика має регіональний характер. Схожі проблеми має і львівська фабрика «Світоч». Регіони збуту мають широкий регіональний характер, але не інтенсивний. Значним мінусом є відсутність сайту, активності у соціальних мережах.

Для якісної та змістовної оцінки й порівняння декількох підприємств використовують багатокритеріальну конкурентоспроможність.

Таким чином, ТМ «Корона» та ТМ «Milka» є головними конкурентами ТМ «Світоч». Прибуток від реалізації, ціна та частка ринку кардинально випереджують показники інших підприємств, що обумовлюється найбільшою площею багатокритеріальника. Але слід зазначити, що конкурентною перевагою ТМ «Світоч» є високий обсяг реалізації шоколаду. Розглядаючи переваги інших конкурентів, відзначимо, що ПрАТ «Вінницька кондитерська фабрика» має низькі витрати на збут, а ПрАТ «Домінік» - низьку собівартість та привабливу ціну реалізації. У АТ «ЛКФ «Світоч» головною проблемою є високий рівень витрат та цін. Слід оптимізувати ці показники, що дозволить підвищити прибуток та частку ринку, підприємство стане більш конкурентоспроможним.

**Список використаних джерел:**

1. Світоч (фабрика) [Електронне джерело] – Режим доступу: [https://uk.wikipedia.org/wiki/Світоч\\_\(фабрика\)](https://uk.wikipedia.org/wiki/Світоч_(фабрика)).

2. Кулиш Т.В. Маркетинговые исследования как инструмент повышения конкурентоспособности предприятий./ Т.В. Кулиш // Материалы VII Международной научно-практической конференции: «Наука и инновации – стратегические приоритеты развития экономики государства» «Дулатов Окулары 2015» спецвыпуске «Экономика и менеджмент», г. Кастанай, Казахстан, с.229-233.

**Науковий керівник: Кулиш Т.В., к.е.н., доцент кафедри маркетингу**