

Роль брендів у підвищенні конкурентоспроможності підприємств кондитерської промисловості України

Ткаченко О.М.,

кафедра економіки і права, НУХТ

Удосконалення системи управління конкурентоспроможністю підприємств в Україні потребує з'ясування ролі брендів у її підвищенні. Дослідження особливостей становлення та розвитку брендів підприємств кондитерської промисловості дозволяє визначити напрями підвищення їх конкурентоспроможності на внутрішньому та зовнішньому ринках.

Дослідження впливу брендів на конкурентоспроможність підприємств кондитерської промисловості має на меті визначити взаємовплив брендів та ринків, в межах яких вони розвиваються, та з'ясування особливостей, проблем становлення та розвитку брендів в кондитерській промисловості України.

В Україні найвідоміші українські бренди пов'язані, насамперед, з підприємствами харчової промисловості. Досвід успішних брендів України може бути ефективним фактором виводу з "тіні" діяльності потужних бізнес-груп, а створення власних брендів здатне створити базу для їх подальшого зростання та розвитку. Деякі з відомих українських брендів сприяли виходу українських компаній на видні позиції зовнішніх регіональних ринків та здатні сприяти залученню українських корпорацій до формування нових фінансово-промислових груп та участі у вже існуючих, значно підвищили рівень конкурентоспроможності їх продукції.

В той самий час процес становлення та розвитку брендів в кондитерській промисловості України цілком не задовольняє потреб в нарощуванні конкурентоспроможності підприємств галузі та ефективній протидії активному завоюванню національного ринку імпортною кондитерською продукцією.

Головною конкурентною перевагою компанії на сучасному ринку є успіх бренду.

Бренди мають властивість до свого посилення в умовах ринків, які розвиваються. Значно менший їх вплив на застарілих або трансформаційних ринках.

Домінуючий в певній товарній категорії бренд здатний впливати на весь її ринок, він має також перевагу у лояльності споживача. Досягнути формування сильного бренду можливо через нарощування обсягів виробництва, якості продукції та залучення інвестицій в нього. За умови послаблення ринку бренд може зберегти свій рівень за рахунок збереження своїх позицій на інших. Тому визнання певного бренду на кількох міжнародних ринках є пріоритетом розвитку компанії.

Серед виробників кондитерської промисловості найбільш відомими брендами в Україні володіють ЗАО „Крафт Фудз Україна”, Львівська фірма „Світоч”, корпорація Roshen, компанія „АВК”, шоколадна фабрика „Рейнфорд”, АО „Полтавакондитер”, ЗАО „Одеса”, кондитерська фабрика „Харківчанка”, Житомирская кондитерська фабрика, фабрика „Буковинка” та ін.

Між тим фахівці вказують на ряд недоліків, характерних для брендінгу виробників кондитерських виробів в Україні.

В Україні існують досить ємні ринки, у яких брендінг є надміру в'ялим. Ці ринку розвиваються не за рахунок брендів цього ринку, а за рахунок активності брендів суміжних ринків чи їх сегментів.

Так, багато хто з нас як споживачі згадають цукерки "Світоч", "А.В.К.", „Roshen”. Але фактом є те, що ці великі виробники цукерок не мають однойменних цукеркових брендів зі своїм особливим іміджем.

В найближчому майбутньому брендінги підприємств кондитерської промисловості повинні спрямовуватись на створення унікального характеру

бренду; ефективне подолання бар'єрів ринку й у свідомості споживачів та забезпеченні стабільного послідовного росту й розвитку бренду.