

АНАЛІЗ ТА ПІДТРИМКА КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ КОРПОРАЦІЇ З УРАХУВАННЯМ РЕЗУЛЬТАТІВ МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ НА ПРИКЛАДІ ТОВАРНОЇ ГРУПИ «ТЕЛЕВІЗОРІВ» ТМ “SAMSUNG”

Райко Д. В., Вознюк Я. В.

*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут», м. Харків*

Аналіз та формування конкурентних переваг підприємства є дуже важливим етапом у формуванні як маркетингової, так і загальної стратегії підприємства. Ця тема актуальна в умовах сучасної ринкової економіки України, тому що чітко проведений аналіз, дозволяє виявити основні переваги підприємства, спираючись на які підприємство зможе ефективно реалізувати свій потенціал.

Актуальність даної теми обумовлюється тим, що в сучасному економічному світі жорстка конкуренція практично не залишає шансів на стабільне існування фірми, тому формування конкурентних переваг та їх утримання є запорукою успіху будь-якого підприємства. Саме конкурентні переваги забезпечують підприємствам передові позиції в галузі і важелі впливу на співвідношення конкурентних сил.

Зважаючи на це, метою даної роботи є аналіз конкурентних переваг корпорації «Samsung» та розробка заходів щодо їх підтримки. Головним етапом у роботі було проведення маркетингового дослідження, метою якого є вивчення звичок щодо здійснення покупок споживачами, визначення факторів, що впливають на покупку, визначення позицій на ринку на прикладі товарної групи «телевізорів» ТМ «Samsung». На основі результатів маркетингового дослідження, складено основний портрет споживача телевізорів ТМ «Samsung» - чоловіки, найвагомими факторами при прийнятті рішення про покупку для них є ціна (56%), якість (32%), зовнішній вигляд (8%). Більш за все телевізори купуються у спеціалізованих магазинах електроніки (49%) та інтернет-магазинах (48%). Експертне оцінювання показало, що ТМ «Samsung» є лідером серед конкурентів за найбільш вагомими параметрами, якими керуються споживачі під час прийняття рішення про покупку. Отримані дані допоможуть спрямувати конкурентні переваги ТМ «Samsung» на конкретну групу споживачів, що дозволить як збільшити прибуток компанії так і поліпшити та закріпити свій імідж у свідомості споживача. До основних конкурентних переваг ТМ “Samsung” можна віднести такі, як: висока якість, привабливий вигляд, привабливий дизайн упаковки, надійний сервіс, високий рівень диференційованості товару та обсяг збуту, охоплення багатьох сегментів ринку.

Для підтримки основних конкурентних переваг розроблено рекомендації щодо зміцнення кожної з конкурентних переваг та утримання лідируючої позиції торговельної марки на ринку.