

С.М. Онисько, канд. екон. наук, проф. (*ЛНАУ, Львів*)

М.М. Косар, студ. (*ЛНАУ, Львів*)

ДОСЛІДЖЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРАТ «МЗМВ «ОСКАР» ТА РЕАЛІЗАЦІЇ ЙОГО КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ

Конкуренція є невід'ємною частиною ринкових відносин, необхідною умовою розвитку підприємницької діяльності. Саме конкуренція є тією ринковою силою, яка забезпечує взаємодію попиту та пропозиції. Вона примушує виробників враховувати інтереси споживачів, отже і інтереси суспільства у цілому. У результаті конкуренції залишаються тільки ті товари, які дійсно необхідні суспільству. Конкуренція стимулює розвиток економіки та підприємництва. Боротьба за споживача призводить до зниження цін, зменшення витрат, покращення якості продукції, посилення розвитку науково-технічного прогресу.

Ринок мінеральної води є одним із провідних ринків, який користується великим попитом у споживачів. У Львівській області лідером на ринку мінеральної води є компанія IDS group, яка представлена на ринку такими торговими марками: «Моршинська», «Трускавецька Аква-Еко», «Миргородська», «Старий Миргород», «Сорочинська», «Трускавецька кришталева». Завдяки безперервному розвитку маленьке регіональне підприємство стало одним із найбільших на українському ринку мінеральної води.

У 2015 р. торгова марка «Моршинська» в категорії бутильованих вод частка становила 52 % в натуральному вираженні. Особливі успіхи досягнуті в сегменті негазованих вод, де її частка становила 24,5% .

Основним конкурентом ПрАТ «МЗМВ «ОСКАР» є ТОВ «Карпатські мінеральні води», яке розташоване на великому Струтинському родовищі прісних підземних вод в екологічно чистому районі Західної України. У 1996 році з першим розливом мінеральної природної столової води під торговою маркою «Карпатська Джерельна» компанія розпочала свою діяльність на ринку мінеральних вод.

Також порівняємо ПрАТ «МЗМВ «ОСКАР» з ТОВ «Карпатські мінеральні води» у табл. 1. Завдяки сучасній та високотехнологічній стратегії ведення бізнесу компанія «Карпатські мінеральні води»

зайняла і міцно утримує одну із провідних позицій на ринку мінеральних вод і безалкогольних газованих напоїв.

Сьогодні до складу компанії «Карпатські мінеральні води» входять: виробник – ТОВ «Карпатські мінеральні води», національний дистриб'ютор – ТОВ «Торговий дім «Карпатські мінеральні води», дистриб'ютор у Західному регіоні – Львівський філіал ТОВ «Торговий дім Карпатські мінеральні води».

*Таблиця 1 – Порівняння показників діяльності
ПрАТ «МЗМВ «ОСКАР» з ТОВ «Карпатські мінеральні води»*

Поканики, бали	Значення покаників		Вагомість критерію
	ПрАТ «МЗМВ «ОСКАР»»	ТОВ «Карпатські мінеральні води»	
Якість товару	5	4	3
Визнання споживачів	5	4	3
Досвід роботи в галузі	5	5	2
Імідж фірми	5	4	2
Інновації	4	4	2
Цінова стратегія	4	4	1
Кваліфікація персоналу	4	4	3
Зв'язки з постачальниками	4	5	1
Ефективність менеджменту	4	4	3
Разом	98	83	20

Можна зробити висновок, що ПрАТ «МЗМВ «ОСКАР»» набагато випереджає підприємство ТОВ «Карпатські мінеральні води». Сильними сторонами проти свого конкурента є: якість товару, визнання та довіра споживачів, імідж підприємства, цінова стратегія, кваліфікація персоналу, зв'язки з постачальниками та ефективний менеджмент. Чим успішніше проходить реалізація інноваційної діяльності, тим швидше можна очікувати прихід потенційних конкурентів на ринок. За таких умов підприємствам-новаторам варто із самого початку продумати особливу стратегію захисту інновації від конкурентів.