

ХАРАКТЕРИСТИКА МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ НА РИНКУ СОКІВ УКРАЇНИ

Студ. Клітка О.В.

Наук. керівник к.е.н., доц. Подольна В.В.

Київський національний університет технологій та дизайну

На сучасному етапі розвитку економічних відносин в Україні маркетингові комунікаційні технології спроможні бути основним інструментом, за допомогою якого підприємство може досягти та отримати належне конкурентне становище на ринку. Таким чином, торгівельні підприємства на яких сформовано служби маркетингових комунікацій, безпосередньо впливають на отримання прибутку за рахунок сформованого попиту та налагоджених відносин із співробітниками, потенційними споживачами, маркетинговими посередниками, постачальниками та іншими структурами. Тому дослідження питань щодо особливостей організації служби маркетингових комунікацій на сучасному торгівельному підприємстві визначає можливість вирішення його актуальних проблем ефективного функціонування в сучасних умовах.

На сьогоднішній день конкуренція на ринку соків достатньо висока, налічується близько чотирьохсот підприємств-виробників, з них майже двадцять великих. Найбільші частки ринку та найміцніші конкурентні позиції належать трьом підприємствам : ТОВ«Sandora»(ТМ Sandora, Дар, Садочок), СП«Витмарк-Україна»(ТМ Jaffa, Соковита), ВАТ «Одеський завод дитячого харчування»(ТМ Чудо-Чудо і Aquarte)

Однією з провідних компаній виробництва соків є ТОВ«Sandora», і це не дивно, оскільки маркетингова кампанія її дуже продумана. Компанія ТОВ«Sandora» використовує такий вид реклами, як реклама в ЗМІ, особливо на телебаченні.

У пошуках збереження власного споживача виробники вдаються до розширення асортименту і пропозиції так званих функціональних напоїв. Так роблять у всьому світі. Це спеціальні соки для дітей, вагітних, літніх людей, спортсменів чи студентів. Дитячу тему розвивають майже усі виробники. ТОВ«Sandora» запропонувала малюкам ТМ «Сандорик».

Компанія ТОВ«Sandora» щорічно приймає участь в соціальних програмах Миколаївського обласного благодійного фонду, фінансує засновану обласною державною адміністрацією програму по реалізації в Миколаївській області соціально-важливих проєктів, надає спонсорську адресну підтримку дитячим будинкам змішаного і сімейного типу в Вишгородському районі Київської області.

Сумісно з фондом соціальної допомоги малозабезпеченим ТОВ «Sandora» розробила й реалізувала Програму соціального партнерства. Головне завдання програми - надання фінансової допомоги сиротам, дітям із малозабезпечених сімей, малозабезпеченим пенсіонерам та інвалідам. «Sandora» сумісно з ведучими підприємствами міста Миколаєва заснувала проєкт підтримки талановитої молоді. Найбільш талановитим студентам, які досягли значних успіхів у науковій діяльності, вивченні гуманітарних та природознавчих наук, виплачуються щомісячні персональні стипендії. Підопічні обласного благодійного фонду щомісячно отримують продукцію компанії «Sandora».

Майже всі виробники соків використовують свою технологію збуту. Заголом всі виробники проводять акції на свій товар, що й дає змогу продати його якнайшвидше. Продуктом збуту може бути товар, що скоро підлягає строку придатності чи має дефект. Це можуть бути знижки, вигідні акції на покупку великої кількості продукту та інше.

Отже, маркетингові комунікації ринку соків в Україні стають все розвиненішими. Порівнюючи з минулими роками, виробники ставлять собі все вищі цілі для забезпечення продажу свого продукту. Можна зробити висновки, що всі виробники соків використовують майже однакові дії маркетингових комунікацій.