



Конкурентоспособность ОАО «Береза керамика»

Студентка 5 курса
Группа 16ВВП-1
Щербак Л.

Продукция ОАО «Березакерамика»:



плитка керамическая (для внутренней облицовки стен)

плитка для пола

керамогранит

декоративные элементы (фрезы, декоры)

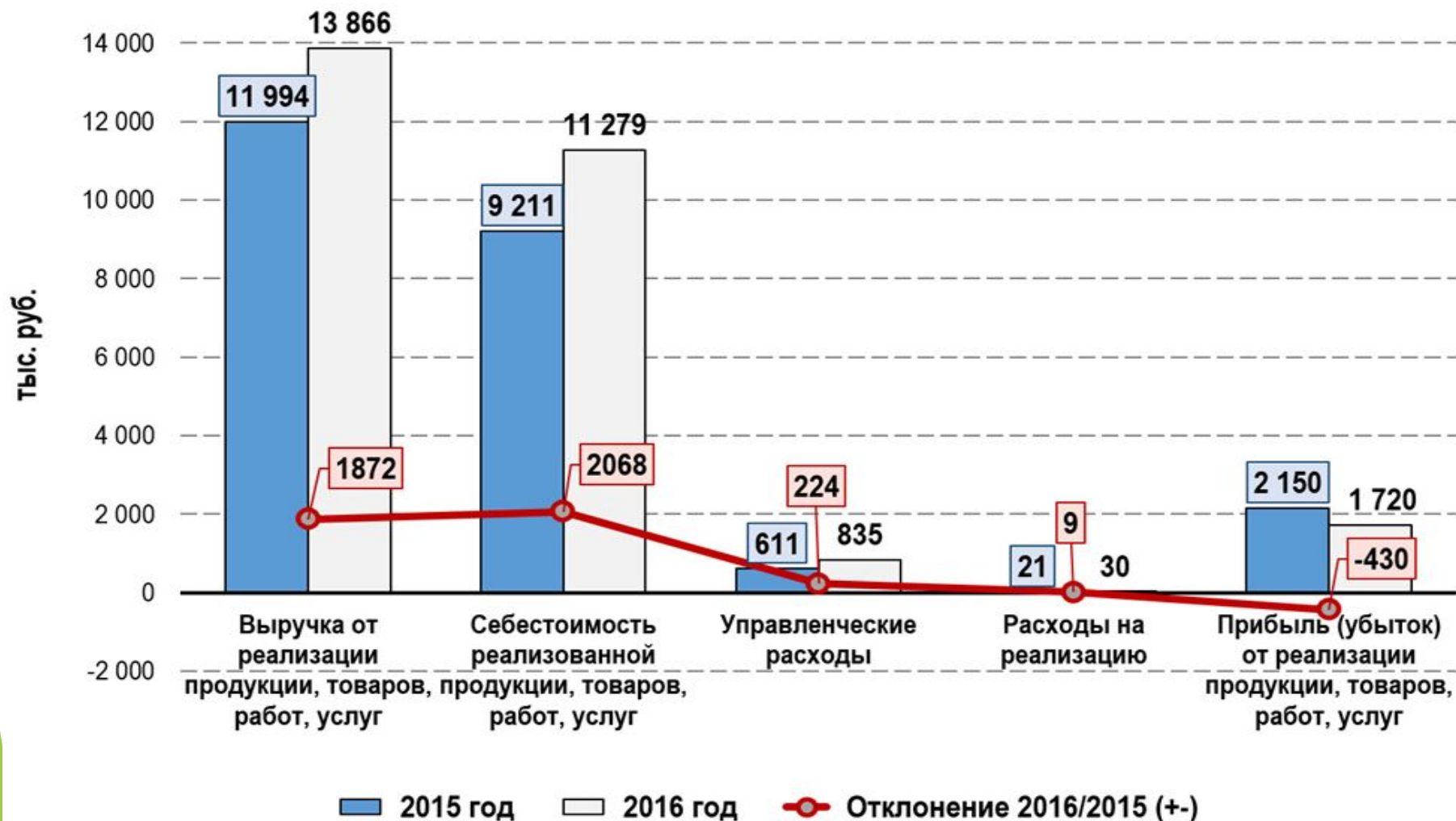
Объем производства продукции

Наименование продукции	Ед. изм.	Период	
		2015	2016
1. Облицовочная плитка	м ²	6011014	6109035
2. Плитка для пола	м ²	2686083	2902086
в т.ч. керамогранит	м ²	889057	915077

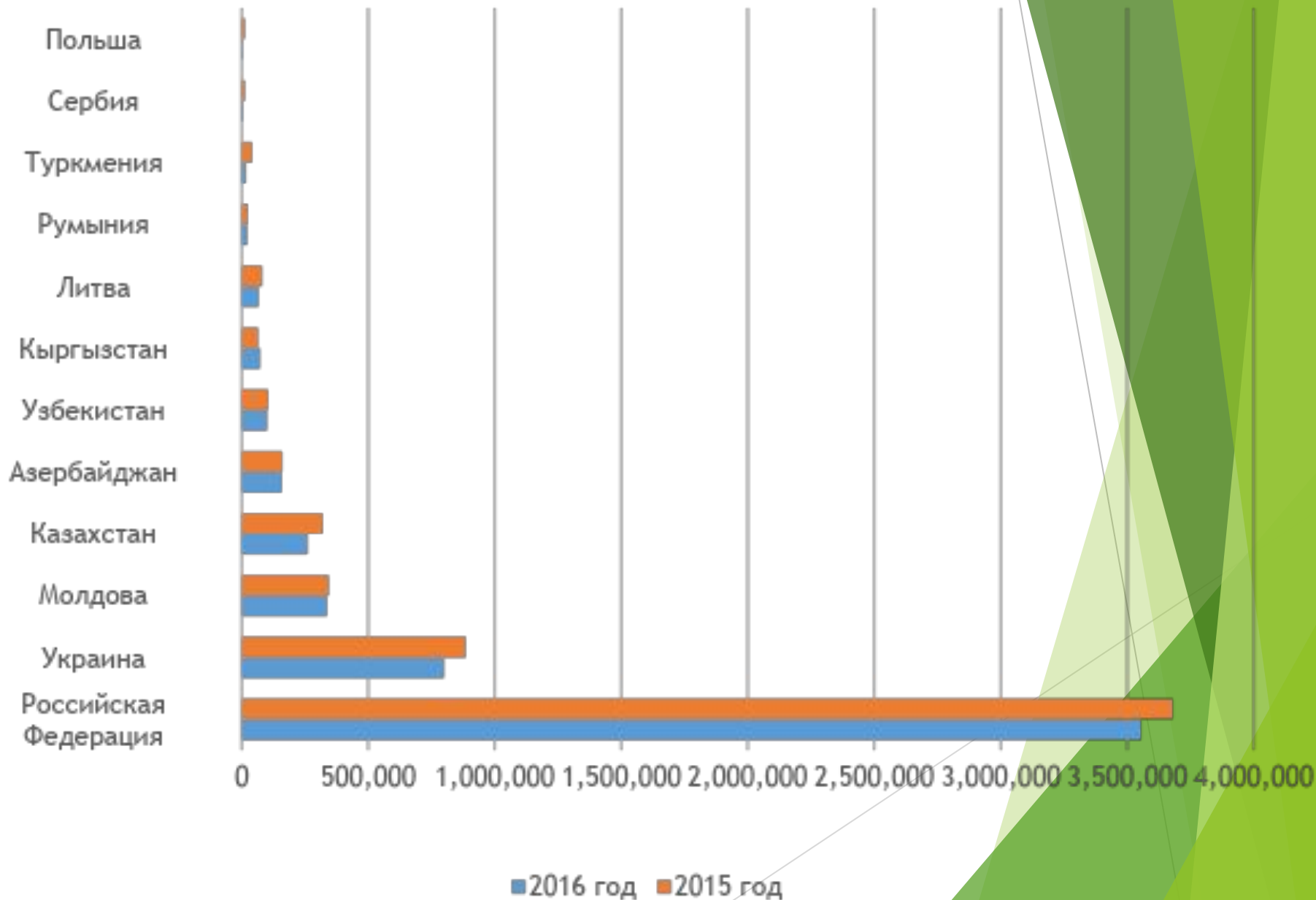
РЫНОК СБЫТА ПРОДУКЦИИ

Страна	2015 год		2016 год		
	объём в физическом выражении, в кв.м.	% от всей реализации	объём в физическом выражении, в кв.м.	Темпы роста продаж, %	% от всей реализации
Всего	8 008 586	100,0	8 155 903	102,84	100,0
Беларусь	2 614 448	32,6	2 428 311	92,88	25,0
Экспорт, всего	5 394 138	67,4	5 727 592	106,18	75,0

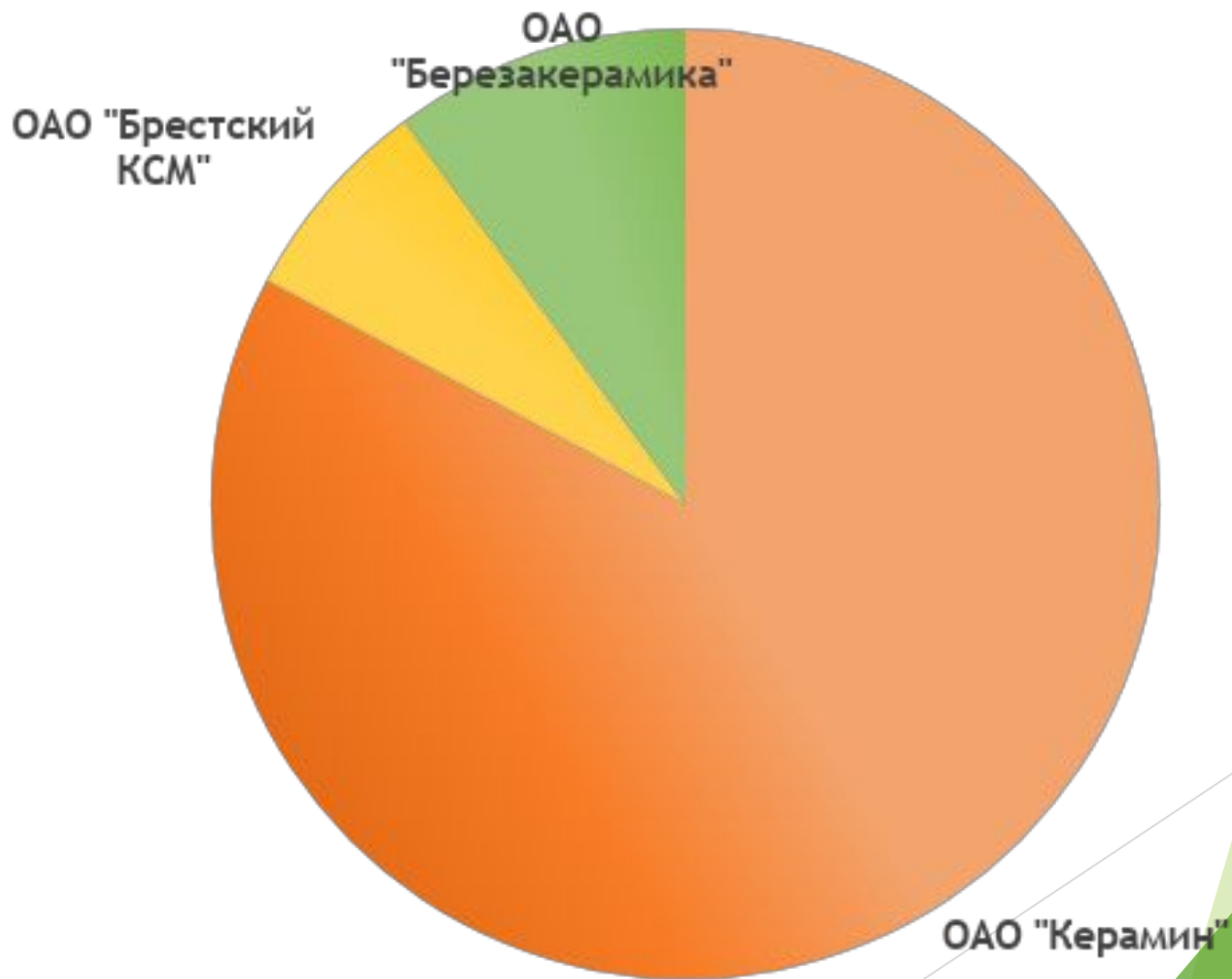
Основные экономические показатели предприятия



Реализация продукции на экспорт, м2



Сегмент рынка керамической плитки страны



Оценка параметров плитки в сравнении с конкурентами



SWOT - анализ

Сильные стороны (S)

1. Высокое качество продукции.
2. Узнаваемый бренд с сильными позициями.
3. Широкий ассортимент продукции.
4. Действуют условия доставки продукции.
5. Продукция, востребованная рынком.
6. Быстрая окупаемость проекта.

Слабые стороны (W)

1. Работа над ценовой политикой.
2. Зависимость от импортного сырья.
3. Срывы по срокам изготовления продукции.
4. Кадровое обеспечение.
4. Рентабельность проекта.

Возможности (O)

1. Расширение фирменной торговой сети.
2. Бесплатные образцы рекламно-информационного характера.
3. Изменение структуры ассортимента продукции (производство новых видов продукции).
4. Увеличение рынка сбыта продукции.
5. Увеличение производственных мощностей, установка высокотехнологического оборудования.

Угрозы (T)

1. Сбои в поставках сырья.
2. Поставка некачественного сырья.
3. Ценовая политика государства.
4. Перевозка товара. Риск случайной гибели товара.

PETS - анализ

Политико-правовые факторы:

1. Из-за кризиса в стране предприятие теряет деньги.
2. Ограничения на импорт.

Экономические факторы:

1. Рост курса доллара стимулирует экспорт.
2. Взаимоотношения с поставщиками.
3. Стоимость энергоресурсов и сырья.

Социокультурные факторы:

1. Чем больше вложений в рекламу, тем больше продажи.
2. Покупательская способность.

Технологические факторы:

1. Важно следить за технологическим процессом, так как он быстро меняется.
2. Важно проводить мониторинг конкурентов и не отставать от них и создавать новую продукцию.

Модель Портера-анализ 5 сил в отрасли

Угроза появления новых игроков	Угроза появления продуктов-заменителей	Уровень конкурентной борьбы	Рыночная власть потребителей	Рыночная власть поставщиков
<p>Высокие барьеры входа в отрасль, на рынке уже существует два крупных игрока: ОАО «Керамин», ОАО «Брестский КСМ».</p>	<p>Нет аналога керамической плитке, так как ее секрет в практичности, эстетичности и долговечности.</p>	<p>В отрасли много крупных производителей плитки, действующих в том же ценовом сегменте, что и «Береза керамика» и активно продвигающих свой товар.</p>	<p>Потребители обладают высокой ценовой чувствительностью, издержки переключения на другие продукты не высока.</p>	<p>Поставщики обладают значительной властью, так как закупка сырья и материалов для выпуска продукции поступает из западноевропейских стран: Италия, Испания, Чехия и др.</p>

Спасибо за внимание!