

ПОЛЯЦЬКОВИЙ М. М., НАЩЕКІНА О.М., доц.

ВИЗНАЧЕННЯ ЧИННИКІВ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ-ВИРОБНИКІВ ТОРГІВЕЛЬНОГО ОБЛАДНАННЯ

Для формування стратегій конкуренції підприємства, спрямованих на здобуття конкурентних переваг у певній галузі, необхідно чітко визначити чинники конкурентоспроможності підприємств даної галузі.

Для організацій, що працюють на ринку торговельного встаткування, дана проблема є досить актуальною. Даний ринок насичений продукцією підприємств-виробників різного торговельного встаткування. Одним із сегментів даного ринку, який характеризується високим рівнем конкуренції, є сегмент стелажного й складського торговельного встаткування. Цей сегмент є досить привабливим для виробників, тому що попит на дану продукцію постійно збільшується у зв'язку з динамічним розвитком оптової та роздрібної торгівлі.

Чинники конкурентоспроможності відносяться до різноманітних аспектів діяльності підприємства. Так, наприклад, на рівні виробництва чинниками конкурентоспроможності є наявність у підприємства необхідного обладнання та його технічний стан; сучасність або, навпаки, моральна застарілість обладнання; спроможність підприємства виробляти широкий асортимент продукції; якість виготовленої продукції; можливість виконання індивідуальних побажань замовників; строки виробництва та ін.

Маркетингова діяльність підприємства також суттєво впливає на його конкурентні позиції на ринку. До чинників конкурентоспроможності у сфері маркетингу можна віднести знання особливостей ринку; наявність та кількість постійних замовників торговельного обладнання; участь в тендерах та розробку конкурентоздатних тендерних пропозицій; гнучку цінову політику.

Конкурентоспроможність підприємств-виробників торговельного обладнання визначається не тільки внутрішніми, але й зовнішніми чинниками. Наприклад, вона залежить від постачальників, зокрема від дотримання ними графіків постачань, якості сировини, матеріалів та комплектуючих, цінової політики постачальників.

Визначення чинників конкурентоспроможності повинно здійснюватись протягом всього життєвого циклу підприємства, оскільки вони можуть змінюватись. Підприємство, що виготовляє торговельне обладнання, має постійно відстежувати ситуацію на ринку, зміну кон'юнктури ринку, потреб споживачів та змін у конкурентному середовищі. Усвідомлення чинників конкурентоспроможності та їх відносної важливості дозволить підприємству обрати конкурентну стратегію, що забезпечить успішне функціонування підприємства не тільки в короткостроковій, але й в довгостроковій перспективі..

