

УДК 005.332.4:747]:005.52

Тесленок І.М.<sup>1</sup>, Бузовєрова Є.О.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> канд. екон. наук, доц. НУ «Запорізька політехніка»

<sup>2</sup> студ. гр. ФЕУЗ-519м НУ «Запорізька політехніка»

## **ДОСЛІДЖЕННЯ КОНКУРЕНТНОГО СЕРЕДОВИЩА ПІДПРИЄМСТВА ІНТЕР'ЄРНОГО ФОТОДРУКУ**

На ефективність діяльності підприємств впливає ряд зовнішніх і внутрішніх факторів. У зв'язку з цим, підприємства аналізують ризики, пов'язані зі зміною внутрішнього і зовнішнього середовища, адаптують бізнес під зміни, що відбуваються в країні й світі.

В даний час в умовах жорсткої конкурентної боротьби перед підприємством постає питання, як вижити в сучасних умовах зростаючої конкуренції. Ускладнює ситуацію економічна криза, що почалася внаслідок пандемії COVID-19 в усьому світі. Аналіз конкурентного середовища допомагає визначити інтенсивність і вираженість конкурентних сил в галузі, знайти таку позицію, в якій компанія буде максимально захищена від впливу конкурентних сил і зможе зі свого боку впливати на них. Це дозволить підприємству розробити ефективну конкурентну стратегію, що робить тему дослідження актуальною.

Об'єктом дослідження є конкурентне середовище підприємства інтер'єрного фотодруку.

Предметом дослідження є оптимальні підходи до аналізу конкурентного середовища в сучасних умовах.

Метою роботи є дослідження конкурентного середовища підприємства інтер'єрного фотодруку «Altior Print».

Виклад основного матеріалу. Головною метою діяльності будь-якого підприємства є успішність на ринку товарів і послуг при жорсткій конкуренції. Щоб бути конкурентоспроможними, підприємства змушені постійно розвивати та вдосконалювати свою діяльність.

Компанії можуть досягти конкурентних переваг завдяки розробці пропозицій, які задовольняють необхідних цільових споживачів у більшій кількості, ніж пропозиції конкурентів. Щоб здобути цього, компанія має розробити таку конкурентну стратегію, яка дасть можливість підтримувати та вдосконалювати свої конкурентні позиції на ринку та виживати в боротьбі з конкурентами протягом тривалого часу.

Стратегія повинна ґрунтуватися на реальних можливостях діяльності підприємства. Тому стратегія, в першу чергу, це реакція підприємства на об'єктивні зовнішні обставини її діяльності. Стратегія містить в собі сукупність напрямків і глобальних ідей розвитку організації в конкурентному середовищі.

У наш час технологія інтер'єрного друку є одним з найбільш поширених способів комерційного друку. Компанія «Altior Print» є одним з провідних підприємств в галузі фотодруку в Україні.

Найсильніший вплив на досліджуване підприємство зараз мають економічні чинники. Адже після введення жорстких карантинних обмежень відбувся спад економіки, а також, зниження купівельної спроможності громадян, яка настала внаслідок введеного тривалого режиму самоізоляції, неробочих днів, закриття частини галузей економіки.

Зниження прибутків населення призвело до зниження обсягів реалізації певних груп товарів, відмови від покупки дорогих товарів та послуг підприємства, зростання попиту на товари замітники. Це може означати подальше зниження обсягів товарообігу. Саме від платоспроможності населення залежить обсяг продажів, а, отже, і прибуток підприємства «Altior Print». В умовах невизначеності, в яких Україна знаходиться в останнім часом, купівельна спроможність населення зменшується, а також існує тенденція до її подальшого зниження.

Аналіз конкурентного середовища за допомогою моделі п'яти сил конкуренції М. Портера допомагає визначити інтенсивність і вираженість конкурентних сил в галузі, знайти таку позицію, в якій компанія буде

максимально захищена від впливу конкурентних сил і зможе зі свого боку впливати на них [3].

Дана модель передбачає аналіз по п'яти конкурентним силам, які властиві кожній галузі: конкуренція фірм, які діють в одній галузі, вхідні бар'єри на ринок, вплив товарів-замінників, вплив постачальників сировини та матеріалів, вплив покупців. Вона є оптимальним інструментом аналізу конкурентного середовища підприємства, оскільки дозволяє спрогнозувати ризики та вказує на небезпечні чинники, які можуть гальмувати розвиток компанії.

Аналізований ринок – це ринок інтер'єрного фотодруку України.

Розглянемо першу силу. Конкуренція фірм, які діють в одній галузі. На ринку інтер'єрного фотодруку України існує декілька крупних підприємств, а саме: «Europotolok», «Mirror», «Сарос Україна», «Apply», «Visage». Частки ринку компаній приблизно однакові, але не дивлячись на це компанія «Altior Print» залишається лідером на ринку протягом останніх трьох років. Конкуренти постійно прагнуть завоювати нові позиції. Вони покращують свій продукт, розширюють асортимент та закупають нове обладнання. Все це загострює конкурентну боротьбу і дана сила має великий вплив на діяльність підприємства «Altior Print».

Друга сила – вхідні бар'єри на ринок. Дуже низька імовірність входження на ринок нових конкурентів, тому що для відкриття бізнесу у даній галузі необхідні значні інвестиції. Купівля одного принтера для друку коштує приблизно один мільйон доларів. Крім того потрібні висококваліфіковані співробітники, яких необхідно навчати працювати на складному обладнанні. Таким чином, загроза появи нових конкурентів мінімальна і ця сила має незначний вплив на підприємство.

Проаналізуємо наступну силу – вплив товарів-замінників. Товарів-замінників існує дуже багато, тому конкуренція між компаніями значна. Також є великий вибір товарів які більш доступні по ціні ніж друк на ПВХ-плівці. Наприклад, стеля може бути з ПВХ-плівки але без друку, можна пофарбувати стелю або поклеїти шпалери, також багато людей віддають перевагу пластиковій

стелі чи просто стелі з гіпсокартону. Вплив послуг-замінників в галузі інтер'єрного друку значний.

Далі розглянемо вплив четвертої сили – постачальників сировини та матеріалів. Вплив постачальників невисокий, оскільки матеріали необхідні для виконання робіт, здебільшого універсальні. А питаннями постачання специфічних товарів займається велика кількість компаній як в Україні, так і за кордоном.

П'ята сила – вплив покупців. Група факторів, що характеризує вплив покупців, практично себе не проявляє. Присутність на ринку великої кількості невеликих клієнтів, а також важливість для споживачів послуг, що надаються, виключають можливість сильного впливу на ринок з боку покупців.

Таким чином, проаналізувавши п'ять сил конкуренції можна зробити висновок, що «Altior Print» знаходиться на стабільному конкурентоспроможному становищі. Головними загрозами для бізнесу виступають загрози, з боку компаній з аналогічними видами надання послуг, внутрішньогалузева конкуренція, а також конкуренція з боку товарів-замінників.

Отже підприємству при розробці конкурентної стратегії слід звернути увагу на розширення рекламної кампанії, розширення асортименту послуг, що надаються, забезпечення більших конкурентних переваг.

## **СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ**

1. Леонов Ю.Е. Основные элементы формирования стратегии конкурентного поведения / Ю.Е. Леонов, Ю.В. Мячин // Вестн. ИНЖЭКОНа. Сер. Экономика, 2012. Вып. 1 (52). С. 289-293.

2. Управління конкурентоспроможністю підприємства / Клименко С. М. та ін. Київ, КНЕУ, 2006. 527 с.

3. Портер М. Е. Стратегія конкуренції; Пер. з англ. А. Олійника та Р. Скільського. К.: Основи, 1998. 390 с.