

УДК 658

Бодішова В. О.

здобувач вищої освіти на другому (магістерському) рівні

Яковенко Р. В.

кандидат економічних наук, доцент

Економіко-технологічний інститут імені Роберта Ельворті
м. Кропивницький, Україна

СТРАТЕГІЯ ПІДВИЩЕННЯ РІВНЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ АТ «ЕЛЬВОРТІ»

Продукція підприємства АТ «Ельворті» охоплює широкий спектр сільськогосподарської техніки, яка відповідає сучасним агротехнологіям. Підприємство виробляє такі види техніки [1, с. 5]:

- сівалки для посіву зернових та просапних культур;
- культиватори для обробітку ґрунту, включаючи суцільний і міжрядковий обробіток;
- дискові борони для передпосівного та основного обробітку ґрунту, боротьби з бур'янами та подрібнення пожнивних залишків;
- посівні комплекси для смугового посіву зернових, зернобобових та інших культур за різними технологіями обробки ґрунту;
- обприскувачі для внесення рідких мінеральних добрив і засобів захисту рослин;
- запасні частини для сільськогосподарської техніки.

Продукція підприємства АТ «Ельворті» охоплює різні сегменти сільськогосподарського ринку та демонструє їхню готовність до інновацій і високої якості технологій [2, 3].

Пропонуємо такі рекомендації з посилення конкурентоспроможності товарів підприємства АТ «Ельворті».

Технічні характеристики:

- постійне удосконалення технічних характеристик для досягнення вищого рівня продуктивності;
- впровадження нових технологій для підвищення ефективності культиваторів та іншої продукції підприємства.

Якість:

- посилення контролю якості виробництва для забезпечення стабільно високого рівня надійності та тривалості служби продукції;
- постійне удосконалення якості виробів та сервісу для задоволення потреб клієнтів;
- удосконалення конструкції та використовуваних матеріалів з метою збільшення стійкості до зношування;
- залучення клієнтів до участі у програмах зворотного зв'язку та урахування їхніх пропозицій для подальшого удосконалення продукції та сервісу.

Ринкові показники:

- розширення рекламних кампаній для підвищення усвідомленості споживачів щодо продукції підприємства;
- оперативне реагування на зміни вимог ринку та конкуренції, адаптуючи пропозиції до потреб клієнтів.

Ціна:

- аналіз конкурентоспроможності цін у порівнянні з іншими виробниками та урахування ринкових реалій;
- оптимізація вартості виробництва для забезпечення конкурентоспроможних цін;
- гнучкі стратегії ціноутворення;
- цінова прозорість.

Сервіс:

- розширення набору сервісних послуг, включаючи повну підтримку клієнтів на шляху до покупки та після неї, а також консультації з експлуатації;
- забезпечення гнучких умов гарантії та швидкості вирішення питань підтримки;
- інноваційні сервісні рішення;
- ефективне управління гарантійними випадками.

Інновації та дослідження:

- спрямування значних ресурсів на дослідження та розробки для впровадження новаторських рішень;
- взаємодія з науково-дослідними установами для обміну ідеями та впровадження нових технологій;
- створення інноваційної екосистеми для залучення стартапів та молодих компаній до спільної розробки продуктів.

Консультації та оптимізація процесів:

- запровадження системи консультацій для клієнтів щодо оптимального вибору продукції та її експлуатації;
- проведення аудиту виробничих процесів для забезпечення оптимальної продуктивності та якості;
- інтеграція онлайн-консультацій для швидкого та ефективного вирішення питань клієнтів;
- моніторинг та оптимізація виробничих процесів з залученням зовнішніх консультантів для отримання об'єктивної оцінки ефективності.

Співпраця з дилерами та партнерами:

- розширення мережі дилерів для покращення доступності продукції та підтримки клієнтів;
- введення стимулюючих програм для дилерів та партнерів для збільшення обсягів продажів;
- спеціальні умови для стратегічних партнерів.

Маркетинг та реклама:

- проведення ретельного маркетингового дослідження для з'ясування потреб споживачів та особливостей цільового ринку;
- розвиток ефективної рекламної стратегії для підвищення рівня поінформованості про бренд та продукцію.

Екологічна стійкість:

- звернення уваги на екологічні аспекти виробництва та продукції;
- зменшення впливу на довкілля шляхом впровадження екологічно чистих технологій та матеріалів.

Постійне навчання та розвиток персоналу: організація навчальних програм та тренінгів для персоналу з метою підвищення їхньої кваліфікації та компетентності; підвищення заробітних плат співробітникам для збереження та привернення кваліфікованого персоналу.

Отже, поєднання інновацій у технічних рішеннях, посилення контролю якості, активна маркетингова стратегія, конкурентоспроможні ціни, гнучкий сервіс та стратегія співпраці з дилерами формують комплексний план для досягнення високої ефективності та задоволення потреб споживачів.

Література:

1. Звіт про управління АТ «Ельворті» за 2022 рік. *Офіційний сайт «Ельворті»*. URL: <https://surl.li/lxhamr> (дата звернення: 25.11.2024).
2. Сторінка «Про нас» офіційного сайту «Ельворті». URL: <https://www.elvorti.com/about-us/>
3. Статут акціонерного товариства «Ельворті». Протокол № 21 від 26 квітня 2018 р. Офіційний сайт «Ельворті». URL: <https://elvorti.com/documents/protocol/statut2018.pdf> (дата звернення: 25.11.2024).