

УДК 338.43

**КОМЕРЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ЯК ЧИННИК КОНКУРЕНТНОЇ
ПЕРЕВАГИ ПІДПРИЄМСТВА НА РИНКУ В СУЧАСНИХ УМОВАХ**

**COMMERCIAL ACTIVITY AS A FACTOR OF THE COMPETITIVE
ADVANTAGE OF THE ENTERPRISE ON THE MARKET IN MODERN
CONDITIONS**

докт. екон. наук Каличева Н.Є.¹, Зеленцова Н.І.¹

¹*Український державний університет залізничного транспорту (м. Харків)*

D.Sc. (Econ) N.E. Kalicheva¹, N.I. Zelentsova¹

¹*Ukrainian State University of Railway Transport (Kharkov)*

Комерційна діяльність підприємства — це торгово-організаційні операції та управління ними з метою отримання прибутку. Основна мета комерційної діяльності полягає в обслуговуванні процесу обміну. Адже успішна реалізація процесу купівлі-продажу ґрунтується на взаємозв'язку між виробниками продукції з клієнтами [1].

Хоча основу комерційної діяльності становлять збутові або торгово-закупівельні операції, вона охоплює значну кількість різноманітних завдань [2]:

- формування стратегічних напрямів діяльності підприємства;
- забезпечення підприємства ресурсами потрібними для реалізації своєї діяльності;
- розробка асортиментної політики;
- визначення ринкової поведінки;
- аналіз наявних результатів та трансформація стратегічних цілей.

Комерційна діяльність прямо впливає на ефективність виробничих процесів та формує показники діяльності підприємства. Під час розгляду проблем організації комерційної діяльності для підприємства, потрібно звернути увагу на її складові елементи, які протягом останніх років набувають нового змісту та формують конкурентні переваги підприємства [3].

Необхідно відзначити, що конкуренція ефективно впливає на підприємницьку діяльність, оскільки вона стимулює технічний прогрес, сприяє розвитку економіки, просуванню вітчизняних товарів на світовий ринок.

При здійсненні підприємницької діяльності з метою забезпечення конкурентоспроможності підприємства необхідно забезпечити комерційний успіх шляхом комбінації зміни ціни та якості продукції. Цього можна досягти шляхом формування конкурентних переваг -

якісних та (або) кількісних характеристик товару, що використовуються з метою оцінки його конкурентоспроможності [4].

Основними критеріями конкурентоспроможності товарів та послуг є [1]:

- рівень якості та її стабільність, що є відносною характеристикою, заснованою на порівнянні показників якості даного товару та аналога продукції конкурента. Рівень якості дозволяє порівняти корисність товарів та послуг, які знаходяться в конкурентній боротьбі;

- соціальна адресність, що визначається рівнем відповідності характеристик товару запитам соціальної групи споживачів чи конкретного покупця;

- справжність товарів та послуг – це відповідність товару (послуги) – оригіналу, приналежність до марки, фірми, асортиментного вигляду та інших реквізитів, зазначеним на маркуванні товару (послуги);

- безпека, що розглядається як збереження життя, здоров'я, майна споживача та навколишнього середовища при користуванні, зберіганні, транспортуванні та утилізації товару;

- споживча новизна або інноваційна діяльність як фактор новизни та критерій конкурентоспроможності товарів (послуг), який спрямовано на розвиток суб'єктів господарювання, збільшення продажів та фінансових результатів;

- імідж, як критерій конкурентоспроможності товарів та послуг, означає формування репутації шляхом забезпечення необхідної якості за відповідної ціни;

- інформативність - це здатність товару висловлювати свою суспільну цінність через інформацію про конкурентні переваги. В основі прийняття споживачем рішення про покупку лежить пошук інформації про конкурентні переваги продукції (робіт, послуг). Процес прийняття рішення включає усвідомлення проблеми (потреби), пошук інформації, передкупівельну оцінку можливих варіантів придбання, сам процес придбання товарів (робіт, послуг).

Таким чином, процес реалізації продукції (робіт, чи послуг), як процес торговельного обміну, залежить від цілої низки показників, дотримання яких дозволить підприємству бути конкурентоспроможним на ринку та збільшити кількість нових покупців.

[1] Товарознавство та комерційна діяльність: підручник / В. Л. Дикань та ін.; за ред. В. Л. Дикань. Харків: УкрДУЗТ, 2018. 362 с.

[2]Каличева Н. Є., Груник С. І. Забезпечення конкурентоспроможності залізничного транспорту за рахунок конкурентних стратегій. *Вісник економіки транспорту і промисловості*, 2018. № 61. С. 79-87

[3] Дикань В. Л., Токмакова І. В., Овчиннікова В. О., Толстова А.В. Основи бізнесу: навч. посібник. Харків: УкрДУЗТ, 2018. 290 с.

[4] Дикань В.Л., Кірдіна О.Г. Сутнісні аспекти конкурентоспроможності національної економіки. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2009. № 28. С. 13-20.