

**ПОДХОДЫ К РАЗРАБОТКЕ МАРКЕТИНГОВОГО
МЕХАНИЗМА ПОВЫШЕНИЯ УРОВНЯ
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ЗАО «ХОЛДИНГОВАЯ
КОМПАНИЯ ПИНСКДРЕВ» ФИЛИАЛ ГОРОДИЩЕНСКАЯ
МЕБЕЛЬНАЯ ФАБРИКА**

Колосов О.В., магистрант

Научный руководитель – Игнатенко Ю.В., к.э.н., доцент,
зав. каф. «Экономики и бизнеса»

Полесский государственный университет
г. Пинск, Республика Беларусь

Специфика функционирования Городищенской мебельной фабрики определяется следующими маркетинговыми особенностями:

- длительный срок пользования мебельной продукцией;
- тщательность выбора продукции со стороны покупателей;
- необходимость обеспечения индивидуальной доставки мебели от производителя к потребителю и оказания услуг по ее сборке;
- высокая доля эстетической составляющей в принятии решений о покупке мебельной продукции;
- сильная подверженность влиянию моды;
- медленное реагирование на изменение потребительских предпочтений;
- наличие механизмов сертификации мебельной продукции.

Предлагаемый нами комплекс маркетинговых мероприятий по повышению уровня конкурентоспособности предприятия представляет собой трехуровневую структуру.

Первый уровень – оперативный – связан с возможностями повышения общей эффективности деятельности предприятия за счет продвижения и реализации выпускаемой продукции через собственный интернет-магазин.

Второй уровень – тактический – ориентирован на улучшение общего состояния мебельного производства за счет его модернизации, нацеленной на оперативное реагирование на изменение спроса.

Третий уровень – стратегический – направлен на формирование инвестиционной привлекательности путем создания позитивного имиджа за счет имиджевой рекламы в онлайн-среде.