

УДК 330

DOI: 10.36919/2312-7872.2.2024.93

С. В. Синечко,
аспірант кафедри економіки,
фінансів та обліку
ПВНЗ «Європейський університет»
E-mail: phuk@e-u.edu.ua
ORCID ID: 0009-0000-8016-466X

АНАЛІЗ АСОРТИМЕНТУ КОНКУРЕНТІВ-ВИРОБНИКІВ НА МІЖНАРОДНОМУ РИНКУ ПРИ ФОРМУВАННІ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА

Анотація. Стаття присвячена розкриттю сутності конкурентного аналізу, окресленню завдань, які перед ним ставляться і характеристиці методів, які використовуються для оцінки конкурентного середовища. Представлено загальну послідовність аналітично-прогнозних процедур конкурентного аналізу. Визначено склад об'єктів конкурентного аналізу. Згруповано і охарактеризовано основні характеристики конкурентів, на які необхідно орієнтувати конкурентний аналіз.

Дослідження показало відсутність використання хардфейсінгу до вітчизнянних аналогів. В зв'язку з відсутністю у відчизняній промисловості наукових термінів «інженірінг поверхні» та «твердосплавної поверхні» запропоновано використовувати термін хардфесинг, що поєднує західні вищезазані види продукту.

В ході дослідження була розроблена лінійка термінів — назв комерційного продукту підприємств, що змінюється на англійській мові в залежності від географічного регіону, що досить важливо в таргетній рекламі. Також автором запропоновано використання факторів ранжування інтернет ресурсів пошуковою системою Google в маркетинговій діяльності підприємств через систему Google Analytics.

Автор зкорегував keywords з відповідними назвами продукції підприємства. В статті використана методика перевірки неабстрактних назв продукції, що пропонується на зарубіжні ринки за допомогою Google Image іноземною мовою. Автор оцінив релевантності результатів та запропонував методи, які підвищують релевантність запитів у Google Analytics AdWords в 3 рази.

Ключові слова: конкуренція, конкуренти, конкурентне середовище, конкурентний аналіз, об'єкти конкурентного аналізу, методи конкурентного аналізу.

Постановка проблеми. У сучасному світі будь-якому підприємству, аби залишатися конкурентоспроможним, необхідно постійно розвиватися та вдосконалювати усі бізнес процеси. Головною перепорою на цьому шляху, зазвичай, є обмеженість ресурсів, і тому управління ними має відбуватись виважено, обгрунтовано та із врахуванням можливих ризиків. Дослідження конкурентного середовища є надзвичайно важливим аспектом маркетингової діяльності підприємства. Такі аналітичні процедури передбачають визначення напрямків та об'єктів конкурентного тиску і можливостей та інструментів захисту в конкурентній боротьбі. Процес дослідження конкурентного середовища за умови, що на ринку діє багато конкурентів, є складним і трудомістким, але незважаючи на це має бути безперервним. Тому існує необхідність висвітлення ключових аспектів конкурентного аналізу.

Найважливішими проблемами будь якого підприємства є забезпечення розвитку, завоювання ринкових позицій, отримання конкурентних переваг у довгостроковій перспективі. Ефективне вирішення цих проблем можливо за рахунок вірно обраного стратегічного плану, розроблених стратегій, формування маркетингових планів, тобто використання маркетингової орієнтації у діяльності підприємств.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню проблем конкуренції на ринках присвячено праці Г.Л. Азоева, Г.Л. Багієва, І.В. Максимової, Р.Є. Мансурова, П. Діксона, Ф. Котлера, Ж.Ж. Ламбена. Питання аналізу конкурентної поведінки суб'єктів ринку досліджувались такими видатними науковцями, як І. Ансоффом, А.Маршаллом, М. Портером, П. Самуельсоном, Ф. Тейлором, Н.В. Куденко.

Мета статті. Провести маркетингові дослідження діяльності підприємства в умовах глобальної інтернетизації комунікативного простору ринку та розробити науково-методичні і практичні рекомендації щодо вдосконалення управління підприємствами за обраним напрямом дослідження на основі маркетингу.

Викладення основного матеріалу. У цілому аналіз діяльності конкурентів необхідно розглядати як частину постійно діючого процесу дослідження ринку, спрямованого на вивчення практики ведення конкурентної боротьби з метою забезпечення переваг над конкурентами. Результати аналізу повинні розглядатися як засіб підвищення потенційних можливостей системи управління підприємством [1, с. 49]. Аналіз літературних джерел по темі дослідження дав змогу виявити певну сукупність схожих понять, якими науковці та практики описують процес аналізу конкурентного середовища: конкурентний аналіз, конкурентний моніторинг, конкурентна розвідка, маркетингові дослідження конкурентів та багато інших.

Моніторинг соціальних медіа є одним із найкращих способів проаналізувати конкуруючі продукти та отримати вичерпні відповіді на ці запитання. У багатьох випадках це єдиний спосіб отримати правдиві дані, адже більшість клієнтів ніколи не повідомлятимуть про своє невдоволення продуктом або послугою безпосередньо бренду, але діляться враженням у соціальних мережах.

Основна частина дослідження: досліджено 19 підприємств — прямих конкурентів — виробників біметалічних листів на рисунках 1–13 зеленим кольором позначена географія збуту конкурентів з розташуванням їх підрозділів (склади/виробничі потужності для надання ремонтних послуг/виробничі потужності для виробництва біметалічних листів); жовтим кольором позначені цільові території які мають бути захоплені (вже почалася на них реалізація продукції через посередників). Прапорами показано розташування заводів заявлених компаній — з відносною географічною точністю — тільки метою інфографіки. На рис 1 показано підприємство Alloy Steel International (ASI)

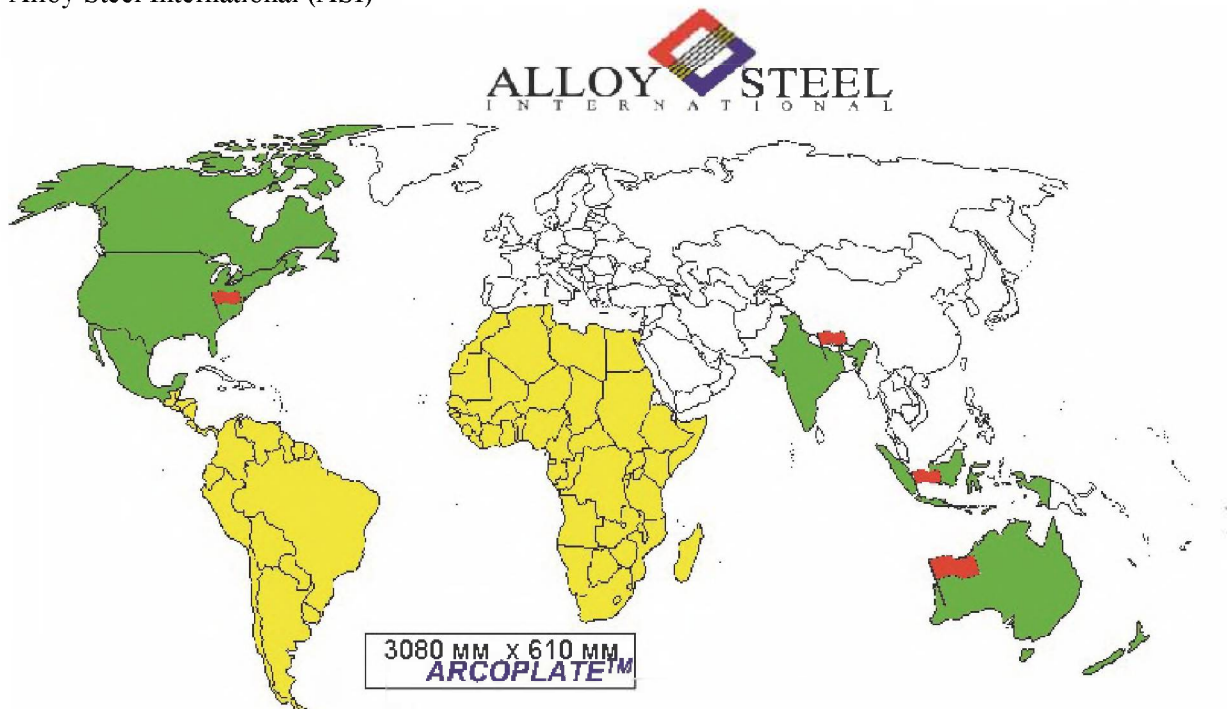


Рис. 1. Картка Alloy Steel International

Alloy Steel International (ASI), як показано на рис. 1 є незалежною міжнародною компанією, з власними виробничими потужностями, штабквартирою у м. Перт, Західна Австралія. ASI присутня на ринку протягом останніх 15 років. ASI зосереджена на виробництві захисних футерувальних систем, які мають протидіяти зносу, які максимізують виробництво за рахунок зниження собівартості продукції разом з обслуговуванням і ремонтом витрат. ASI виробляє спеціальні листи Arcoplate для різних областей застосування.

Розповсюдження Arcoplate супроводжується наданням інжинірингових послуг [1]. Наступний виробник TRITEN CORPORATION відображений на рис. 2.

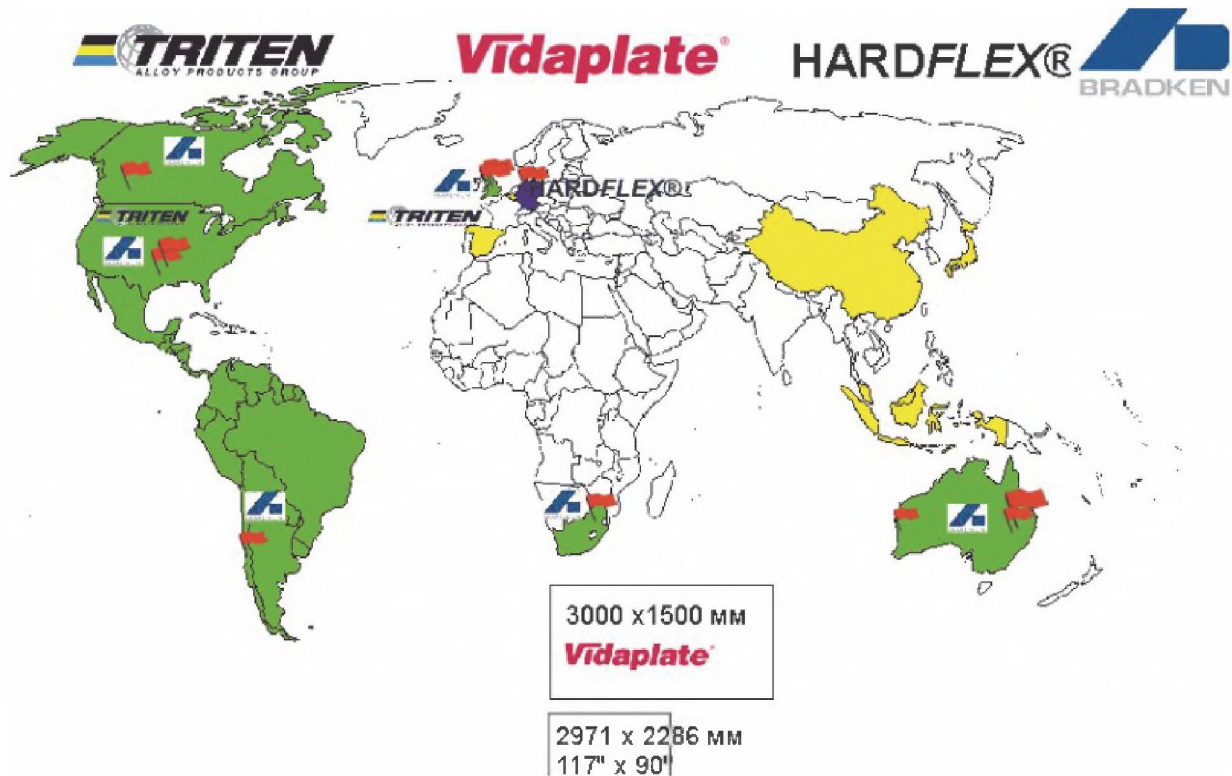


Рис. 2. Картка Tritten Alloy Group Product

TRITEN CORPORATION є приватною холдинговою компанією, яка була заснована в 1946 році ROMAN F. ARNOLDY з глибоким корінням в енергетичній, металургійній і важкій будівельній промисловості. З штабквартирою у м. Хьюстон TRITEN CORPORATION продовжує свою еволюцію за рахунок вдосконалення існуючих підприємств і шляхом інвестування/поглинання в нові підприємства/нових підприємств.

У 1961 році корпорація представляє на ринку технологію наплавки з метою захисту (hardfacing) і наплавка металу з метою відновлення геометрії (bulk welding). Компанія впроваджує процес bulk welding, встановивши її в якості новачки на ринку по захистній хромовій наплавці.

У 1975 році була заснована OVERLAY PRODUCT SYSTEMS INC.

Дивізіон OVERLAY стає самостійним дочірнім підприємством під назвою OVERLAY PRODUCT SYSTEMS INC. (OPS). Цей підрозділ змінює назву на ALLOY PRODUCTS GROUP (APG) (рис. 2).

Компанія купує англійське підприємство VIDAPLATE LTD. і змінює ще раз свою назву на TRITEN INTERNATIONAL, LTD, щоб посилити свої позиції в, прийнятому у Великобританії ринку наплавки карбідами хрому. Також надає послуги з ремонту обладнання важких галузей промисловості [2].

CASTOLIN EUTECTIC (рис. 3) є світовим лідером прикладних рішень з технічного обслуговування, ремонту і захисту від зносу. Понад 100 років досвіду в зварюванні, пайці і термічних технологіях наплення для професійних та інноваційних рішень.

CASTOLIN EUTECTIC володіє промисловим досвідом в області захисту поверхонь, ремонту і зварювання. В компанії працює більше 1500 чоловік по всьому світу в більш ніж 100 країнах. Девіз компанії: Якість, сервіс і технічне лідерство дорівнює створення додаткової вартості для споживачів. Понад 700 фахівців готові надати послуги по всьому світу. Їх завдання: поліпшити термін служби машин і устаткування, економія ресурсів, а також надавати технологічні рішення поставлених завдань. [3]. Наступна компанія Kalenborn Wear Protection Solutions. Компанія існує на ринку протягом більше 90 років і обслуговує промислові підприємства розміром з малі міста, машини гігантських розмірів, екскаватори, грохоти, дробильні млини (рис. 4). Kalenborn забезпечує ефективний захист від зносу для галузей важкої промисловості і галузей виробництва електроенергії.

Підприємство спеціалізується на обробці величезних потоків сировини, забезпечуючи їх продуктивність і зберігаючи потоковість всіх процесів [3].

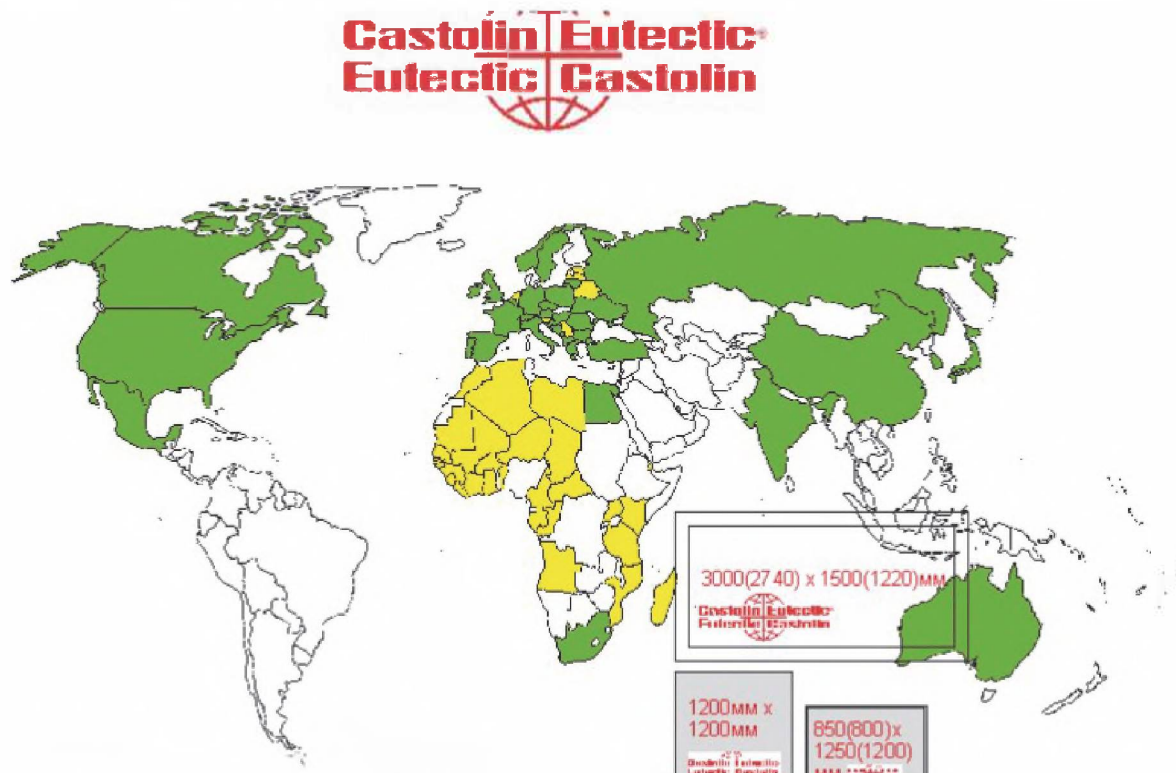


Рис. 3. Картка корпорації Castolin Eutectic



Рис. 4. Картка Kalenborn Wear Protection Solutions

CONTEX VERSCHLEISSTECHNIK (рис. 5), широко відомий виробник високоякісних деталей — предмету для підвищеного зносу для бетонної промисловості в усьому світі. Запасні частини виробництва Contex, що експлуатуються у високо агресивній середі посилюються високолегованими сплавами або карбідом вольфраму, що підвищує їх твердість і зносостійкість. У деяких випадках, протидія зносу деталей може тривати до 3–4 разів більше, ніж стандартна практика заміни частин оригінального виробництва [4].

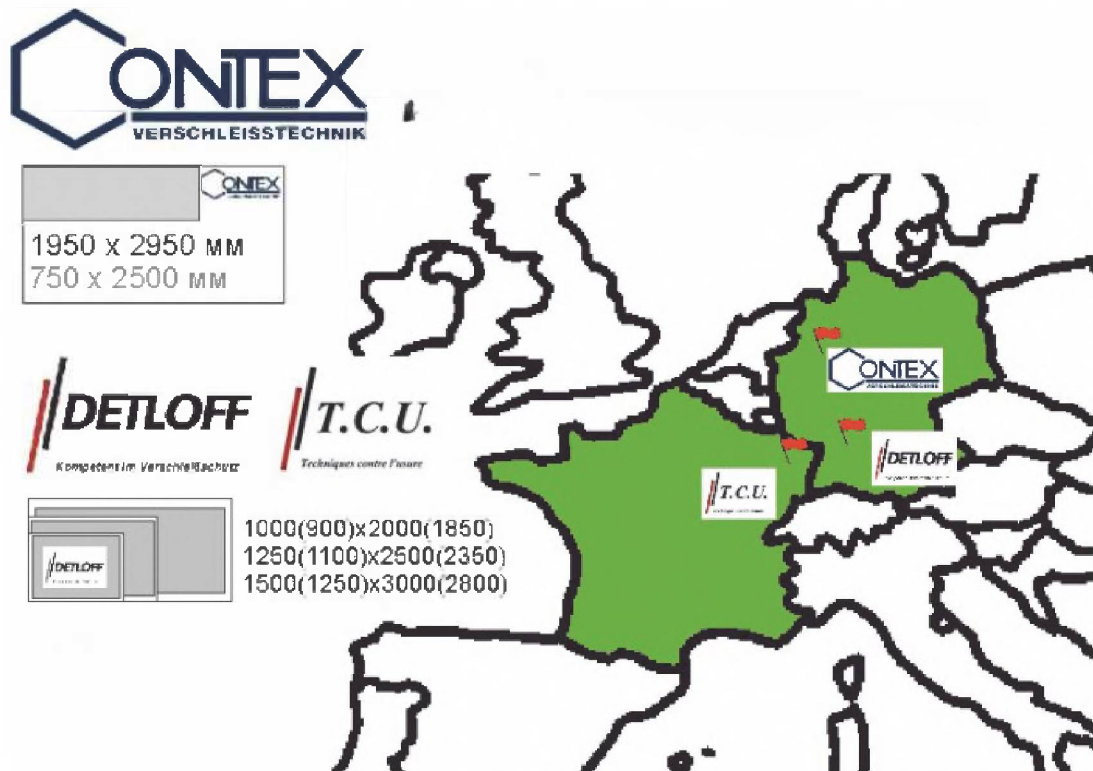


Рис. 6. Картки Contex Verschleissstechnik та Detloff T.C.U.

З 1987 року назва Detloff T.C.U. означає мистецтво Швабської техніки в області захисту від зносу. Підприємство розробляє індивідуальні продукти, виготовлені з зносостійких матеріалів для клієнтів по всьому світу. Перш за все, компанія проводить технічний аудит завдання клієнта. Оптиміальні рішення часто виникають ще на стадії проектування. Це дозволяє скоротити витрати і підвищити якість.

Карбідове покриття виконує функцію максимального захисту компонентів (деталей) від зносу і корозії.

Detloff пропонує великий асортимент хімічних складових біметалевого листу у зносостійкому прошарку. А також компанія пропонує товари замітники біметалевим листам.

- клейові заготовки (броньові листи, скріплені пластини броні);
- лиття (зносостійкий, неагресивних, термостійкий);
- захист поверхні;
- тверді сплави;
- кераміка (оксид алюмінію, оксид цирконію, кераміка) полімерні;
- поліуретан.

Економія витрат завдяки використанню запасних частин, зроблених Detloff. Полягає у тому, що ця технологія дозволяє максимально продовжити термін служби і уникнути дорогих виробничих втрат [4]. З досвідом роботи більше 25 років DURUM Verschleiss-Schutz GmbH (рис. 6) успішно захищає інвестиції від зносу обладнання в усьому світі. Продукти DURUM використовуються в більшості промислових галузей, таких як: глибоке буріння, чорна металургія, ливарне виробництво, скляна промисловість, гірничодобувна промисловість, виробництво цегли і глини, сільське господарство, текстильна промисловість, хімічна промисловість, виробництво алюмінію, виїмка ґрунту, використання промислових насосів. DURMAT® — торгова марка біметалевих листів компанії, може вирішити майже всі види зносу. DURMAT® ефективний проти абразивного зносу, тертя, корозії і термічних навантажень [5].

WELDING ALLOYS GROUP (рис. 7) виробляє широкий спектр порошкового дроту і металевого газозахисного порошкового зварювального дроту: з низько-, середньо-, високо-легованих сплавів/наплавлень, виготовляє м'які сталі, нержавіючі сталі, листи зі змістом нікелю, кобальту — все в діапазоні діаметрів від 0.9 мм до 5 мм, використовуючи власні, запатентовані, технології виробництва. Підприємство також виробляє широкий спектр зварювальних алюмінієвих дротів і електродів для ручного зварювання.

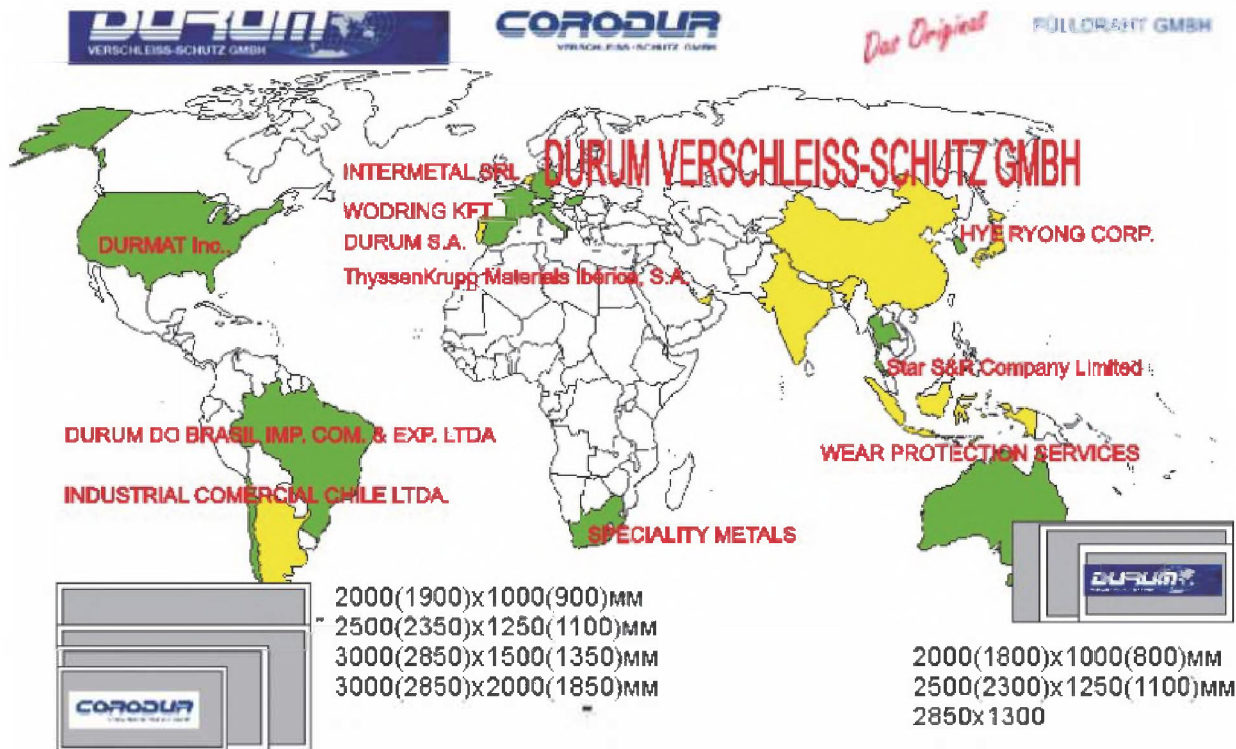


Рис. 6. Картка DURUM Verschleiss-Schutz GmBH

Крім того, підприємство виробляє за індивідуальним замовленням модульне зварювальне обладнання, в тому числі напівавтоматичних пристроїв подачі дроту, переносні автоматизовані машини для на території замовника і повністю автоматизованих машин, включаючи маніпуляції з роботами. З 1980 року підприємство виготовляє і встановлює машини, забезпечуючи клієнтів в більш ніж 45 країнах.

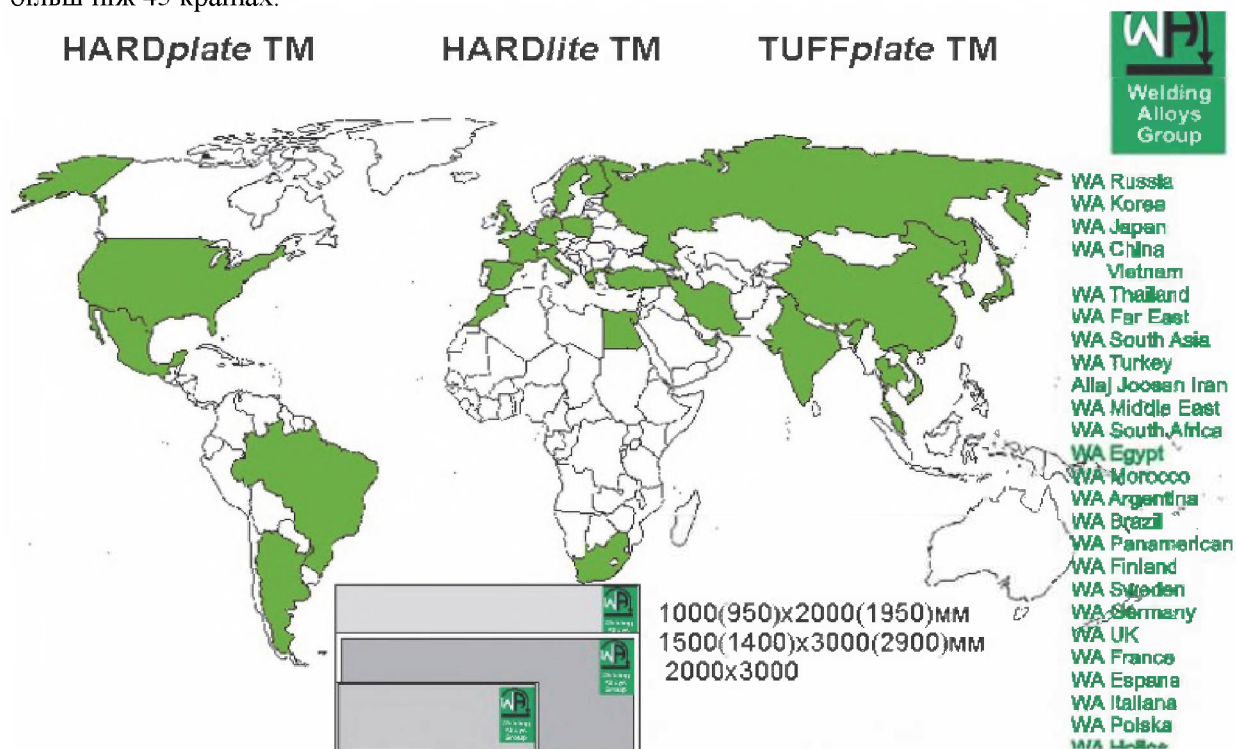


Рис. 7. Картка Welding Alloys Group

Додатково, підрозділ Integra спеціалізується на наданні послуг зварювання з використанням власних матеріалів для наплавлення і наплавлення деталей зношених в процесі експлуатації. Досвід роботи в умовах експлуатації зношених компонентів дозволяє спеціалістам компанії

рекомендувати відповідний метод зварювання і зварювальних матеріалів, щоб забезпечити винятковий термін служби компонентів, завжди перевищує початкову продуктивність. WA INTEGRA є інтегрованою частиною WELDING ALLOYS GROUP, створений спеціально для підтримки галузей, які вимагають контролю зносу і оптимізації продуктивності. WA INTEGRA глобальному масштабі славиться якістю послуг, що надаються нашим клієнтам.

У співпраці з клієнтами, і в відповідно до технічних характеристик, WA INTEGRA пропонує повний спектр послуг і рішень:

- Оцінка і аналіз деталей і умов їх роботи; порядок розробки, програми та заходи контролю забезпечення високої стандартної якості на протязі роботи
- Поставка за власними розробками, зміцнених компонентів з суттєво тривалим строком експлуатації
- Застосування високоефективних процедур наплавки (ультра) тонким прошарком (cladding) або наплавлення товстим/стандартним прошарком (hardfacing) з використанням одночасно працюючих, повністю автоматизованих, зварювальних апаратів

З метою задоволення потреби багатьох галузей промисловості, для забезпечення послуг із зміцнення, зварювання сплавів Група створила всесвітню мережу INTEGRA сервісних центрів, стратегічно розташованих для того, щоб швидко та на місці надавати послуги споживачам

Зносостійкі листи. WA-зносостійкі листи можуть бути продані в листах або використовуватися для виготовлення критично важливих компонентів. Асортимент зміцнення зносостійкими листами складається з Hardplate, Hardlite і Tuffplate зроблені спеціально для підвищення зносостійкості і забезпечення роботи деталей на оптимальному рівні протягом більш тривалого часу та економії коштів на незапланованих ремонтах обладнання [6].

Wear protection Engineering (рис. 8) виробляє і розробляє UHPC (Ultra High Performance Cement) на протязі більше 15 років. Стандартні продукти компанії мають міцності на стиск від 100 МПа до 300 МПа. Підприємство використовує його у всіх галузях промисловості протягом багатьох років успішно. Підприємство також виробляє продукти, які здатні функціонувати при високих температурах близько 1000°C. [7].

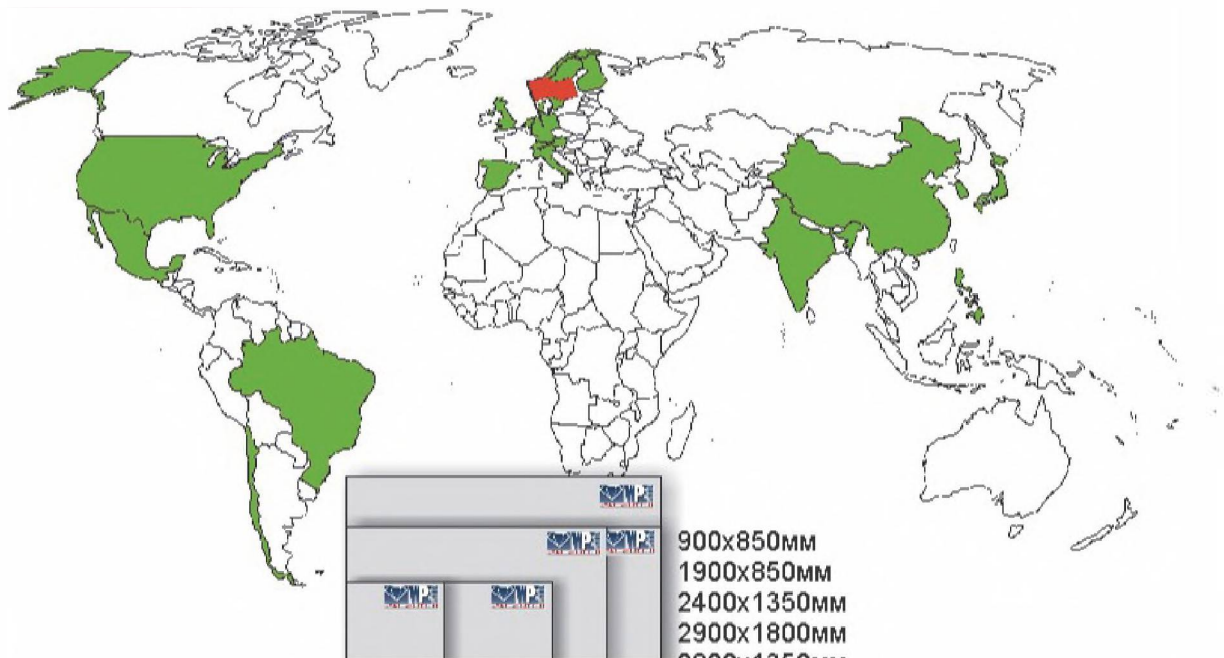


Рис. 8. Картка Wear Protection Engineering GmbH

SSAB (рис. 9) — спеціалізована глобальна компанія, що існує на промисловому ринку та здатна продавати клієнтоорієнтовану продукцію. SSAB розробляє високоміцні сталі і надає послуги для підвищення продуктивності і стійкості обладнання, що працює в умовах агресивного зносу.

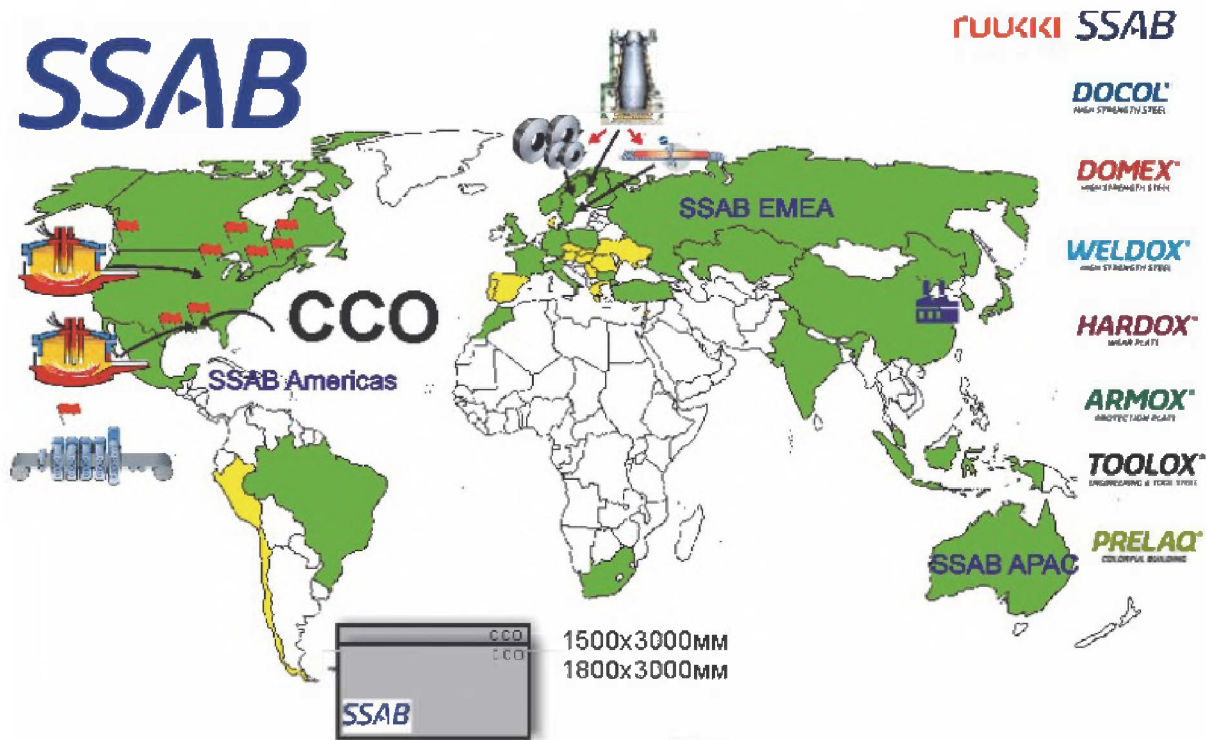


Рис. 9. Картка SSAB

Компанія є провідним виробником на світовому ринку передових високоміцних сталей (AHSS) і витриманих сталей (Q&T), смуг, металевих листів і трубної продукції, а також будівельних розчинів.

Прокатна продукція і послуги SSAB допомагають зробити кінцеві продукти легшими за вагою і збільшити їх міцність і термін служби. SSAB має економічну і гнучку систему виробництва.

Виробнича інфраструктура SSAB заходиться в Швеції, Фінляндії та США потужністю 8,8 млн тон. Компанія також має можливість виготовляти та надавати чистову обробку виробів із сталі в Китаї, Бразилії та багатьох інших країнах. У Швеції та Фінляндії, у виробництво інтегрований процес доменної печі. У США, електродугові печі використовуються з завантаженням сировини на основі брухту [8].

Заснована в 1991 році, ERGOTEM (рис. 10) працює на місцевому та міжнародному ринках. За останні 20 років, ERGOTEM придбав репутацію передового досвіду і високою надійністю в інженерних рішеннях для енергетичних, газових, нафтових галузей промисловості а також на ринку нафтопродуктів, цементу, сталі, заліза, скла, паперу і розробки кар'єрів.

ERGOTEM спеціалізується на постачанні обладнання, устаткування, інженерно-технічних проектів, галузевих рішень для захисту від зносу. ERGOTEM сертифікований у відповідності з усіма основними міжнародними сертифікатами якості (ISO 9001, AQAP 2110, OHSAS 18001, ISO 14001, EN 1090). Володіючи добре кваліфікованими людськими і технічними ресурсами, ERGOTEM стала однією з провідних компаній в цьому секторі, де в даний час зайнято 200 чоловік.

CeraMetal Surface Engineering ідеально розташований в 20 км від центру м. Фін, в високотехнологічній промисловій зоні в Греції. З більш ніж 5000 м² спеціально побудованої виробничої площі, це місце має швидкий доступ до національної мережі автомобільних доріг, залізничних колій, морського порту м. Пірей і нового аеропорту м. Афін. Компанія має три внутрішніх підрозділи, що працюють в тісній співпраці, з тим щоб повністю задовольнити широку клієнтську базу. Деталі, частини устаткування — предмети для підвищеного зносу. Поділ асортименту продукції виробництва йде по трьом основним напрямкам: WearPlates (сталі листи з поверхнею, що протидіє зносу), WearStrips і WearPads (з такими самими характеристиками: відповідно смуги та накладки) та використовується в якості стандартної продукції, що навіть може накопичуватися на складі [9].

Залізо і сталь — основа бізнесу EIPA (рис. 11), якому понад 100 років. Мета підприємства полягає в тому, щоб гарантувати, що життя і, як наслідок, втрати продукції для клієнтів звести до мінімуму.

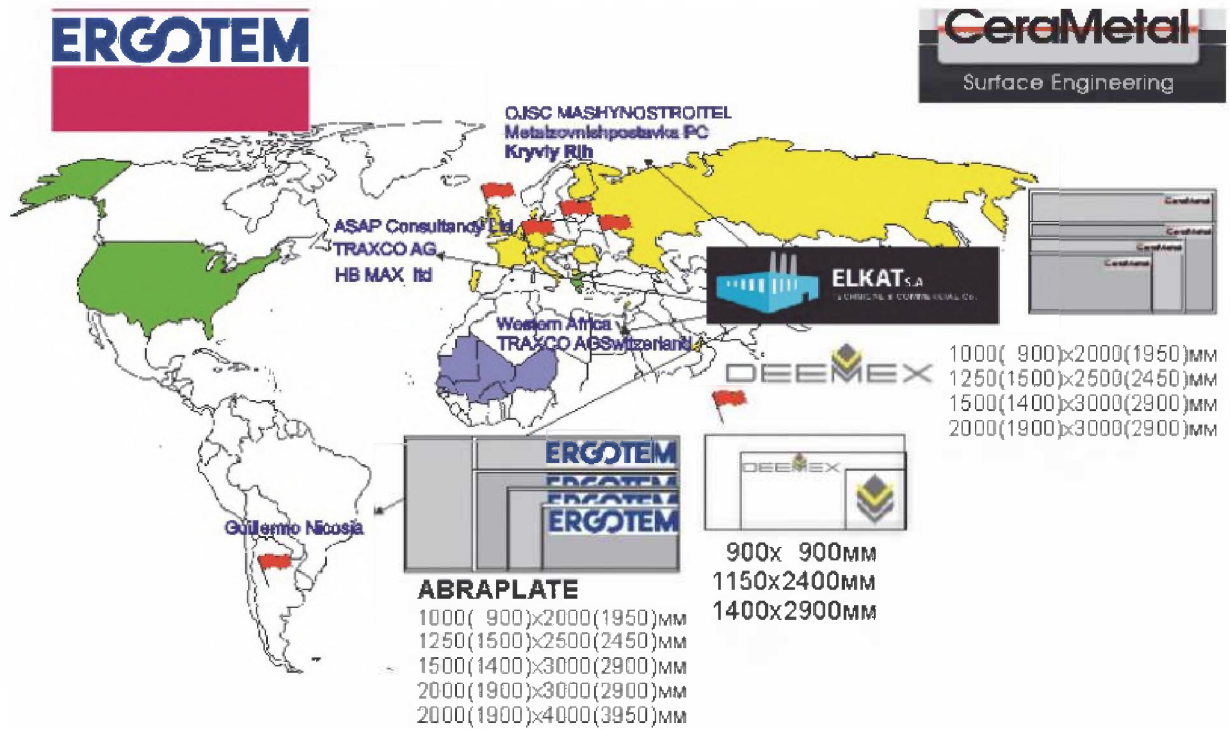


Рис. 10. Картки Ergotem; ELKAT S.A.; CeraMetal Surface

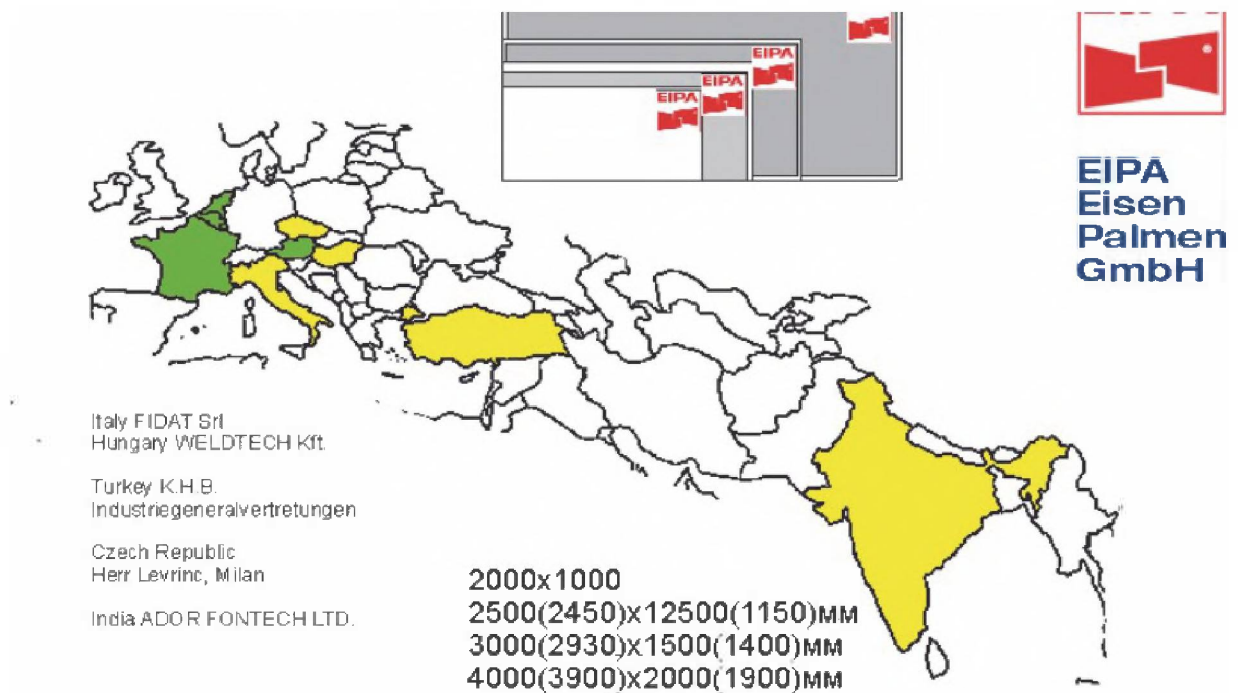


Рис. 11. Картка EIPA Eisen Palmen GmbH.

Листи виробництва EIPA, отримуються в технологічному процесі з використанням зварювальних дротів Plus, сертифікованих відповідно до TÜV [10].

Засновник компанії Dr.-Ing. Hans Wahl вивчав машинобудування в університеті Штутгарта. У 1924 році він зайняв своє перше місце в хімічній промисловості, де він брав участь в розробці антидетонаційних агентів для двигунів вантажних автомобілів.

У 1971 році Dr. Ing. Wolfgang Wahl взяв на себе управління компаніями VAUTID від свого батька. VAUTID компанія перетворилася в глобально діючу групу компаній VAUTID. У 2007 році у VAUTID Group працюють майже 250 чоловік, і здійснює свою діяльність на всіх континентах.

Цільовий напрямок асортименту VAUTID Group (рис. 12).

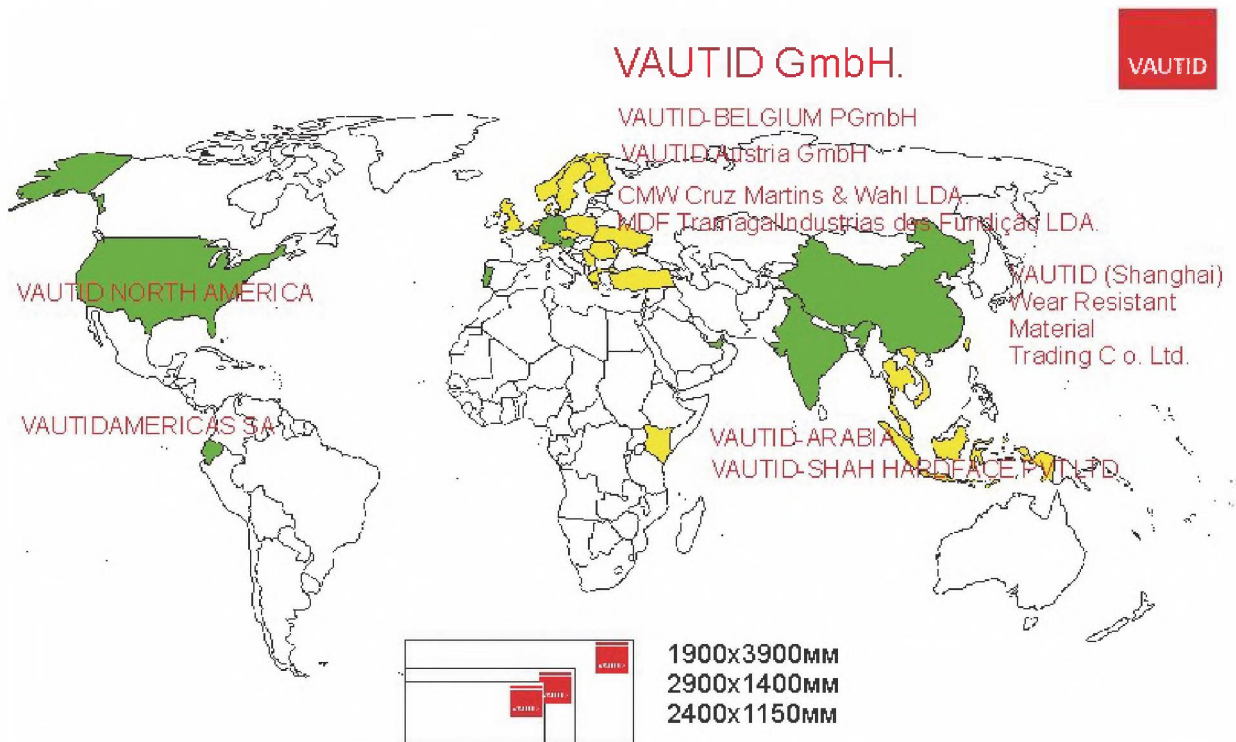


Рис. 12. Картка VAUTID GmbH

VAUTID виробляє композиційні зносостійкі листи (VVP): від 5 + 3 мм до 20 + 10 мм і зовнішні розміри від 2,50 x 1,25 до 2,00 x 4,00 м, і являють собою одну із самих жорстких наплавкок виробничих ліній в світі [82].

Також на ринку Азії та Океанії присутні такі підприємства, як: Chagzhou Futong Welding Co., Ltd, JungWon Engineering Co., Ltd., PT Komotech Indonesia

Проведений аналіз підтвердив набори словникових одиниць отримані раніше емпіричним способом через Google Image. Мова наборів словникових одиниць вибирається за потребою. Наприклад, для свого дослідження автором сформував такі набори словникових одиниць:

- 1) Overlay wear plate — наплавлені зносостійкі листи.
- 2) Clad plate — листи наплавлені зносостійким шаром.
- 3) Hardfaced plate — листи наплавлені зносостійким шаром.
- 4) Chromium Carbide Plate — листи з карбідами хрому.

Висновки. Було проаналізовано 20 підприємств глобального ринку, також під час дослідження було проаналізовано належність цих підприємств до певних галузей промисловості та лінійка назв продукції конкурентів.

Отримані результати маркетингових досліджень представляють традиції ведення комерційної діяльності — показують, що учасники галузі харффейсінгу дотримуються 4-х базових стратегій:

- зовнішня експансія виробничих потужностей (власних або на контрактній основі);
- основне виробництво — стандартизованої продукції, так званої «FMSG» продукції для B2B ринку, а допоміжне — біметалевих листів — ефект прямої інтеграції, оскільки стандартизована продукція цих підприємств являється основною сировиною для виробництва хардрфейсінгової продукції;
- інтегровані концерни, які виконують ремонтні роботи з використанням своєї продукції та/або надають інжинірингові послуги, та захоплюють ринок біметалевих листів, з метою або надання більш широкого спектру послуг — партнерів «one stop shop» або з метою видалення з ринку невеликих підприємств-конкурентів;
- також є ще одна група учасників ринку — спеціалізовані — тільки хардфесінгові компанії: що купують сировину з метою виготовлення біметалевих листів, розкритих листів, деталей та готової продукції з біметалевих листів: це компанії, в яких працюють 200–300 чоловік, є свої виробничі потужності, філіали або виїзди бригади, інженерний, виробничий та адміністративний персонал.

Асортиментний ряд біметалевих листів з першого погляду неширокий (див загальну схему з листами) представлений геометричними розмірами, ширина х довжина листу. Окремі параметри це основа листа, яка зазвичай не випускається підприємством, а купується та товщина наплавленого прошарку. Зазвичай, діапазон величин наплавки є в наявності для широкого доступу.

Вище перелічені характеристики діапазону (ширина, довжина, товщина: основа + наплавлений прошарок) дають великий перелік одиниць асортименту та зазвичай не дозволяють ввести таку практику, як надання комерційного прайс-листу клієнтам і роблять компанію цілком кастомізованою: орієнтовану на замовлення клієнта.

В ході дослідження також була розроблена лінійка термінів — назв комерційного продукту підприємств, що змінюється на англійській мові в залежності від географічного регіону, що досить важливо в таргетній рекламі. Також автором запропоновано використання факторів ранжування інтернет ресурсів пошуковою системою Google в маркетинговій діяльності підприємств через систему Google Analytics.

Практичні результати:

- зкореговані keywords з відповідними назвами продукції підприємства;
- використана методика перевірки неабстрактних назв продукції, що пропонується на зарубіжні ринки за допомогою Google Image іноземною мовою;
- оцінка релевантності результатів.: дана методи підвищує релевантність запитів у Google Analytics AdWords в 3 рази.

Також дослідження показало відсутність співвідношення галузі хардфейсингу до вітчизняних аналогів: у нас немає промисловості інженеринг поверхні та твердосплавної поверхні тому автор під керівництвом свого керівника користується терміном хардфесинг, що поєднує західні вищезазнані види промисловості.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. EIPA Eisen Palmen GmbH [Електронний ресурс] Режим доступу до ресурсу: <http://www.eipa.com/>.
2. Ілляшенко Н.С. SEO-оптимізація як сучасний інструмент Internet-маркетингу Маркетинг і менеджмент інновацій. 2012. №3. С. 63–74.
3. JungWon Engineering Co., Ltd. [Електронний ресурс] Режим доступу до ресурсу: <http://www.jungwonco.co.kr/?ckattempt=1>
4. Інститут електрозварювання імені Е.О.Патона НАН України, [Електронний ресурс] Режим доступу до ресурсу: <http://paton.kiev.ua/>
5. Stricchiola D. SEO. The art of website promotion / Jessy Stricchiola, Rand Fishkin, Stefan Spencer. BHV. 2021. 520 p.
6. Lowe D. Google. Past, present, future 2009. 320 p.
7. Басюк Т. М. Принципи побудови системи аналізу та просування інтернет ресурсів. Комп'ютерні науки та інформаційні технології. Львів: Нац. ун-т «Львівська політехніка». 2012. № 784. С. 43–48.
8. Grappone D. Search optimization of sites. A comprehensive guide. Jennifer Grappone, Gradiva Treasury. 2022. 528 p.
9. Комп'ютерні науки та інформаційні технології. Львів: Нац. ун-т «Львівська політехніка». 2014. № 800. С. 92–87.
10. Basyuk T. M. Influence of external factors on the position rankings website. Тези доповідей третьої міжнародної науково-практичної конференції «Інформаційні управляючі системи та технології». Одеса: БМВ, 2014. С. 241–242.

REFERENCES

1. EIPA Eisen Palmen GmbH [Electronic resource] Resource access mode: <http://www.eipa.com/>.
2. Ilyashenko N.S. (2012). SEO optimization as a modern tool of Internet marketing Marketing and management of innovations. No. 3. P. 63-74.
3. JungWon Engineering Co., Ltd. [Electronic resource] Resource access mode: <http://www.jungwonco.co.kr/?ckattempt=1>
4. Institute of Electric Welding named after E. O. Paton of the National Academy of Sciences of Ukraine, [Electronic resource] Mode of access to the resource: <http://paton.kiev.ua/>

5. Strictchiola D. (2021). SEO. The art of website promotion / Jessy Strictciola, Rand Fishkin, Stefan Spencer. BHV. 520 p.
6. Lowe D. (2009). Google. Past, present, future 320 p.
7. Basyuk T. M. (2012). Principles of building a system of analysis and promotion of Internet resources. Computer science and information technology. Lviv: National Lviv Polytechnic University. No. 784. P. 43–48.
8. Grappone D. (2022). Search optimization of sites. A comprehensive guide. Jennifer Grappone, Gradiya Treasury. 528 p.
9. Computer science and information technology (2014). Lviv: National Lviv Polytechnic University. No. 800. P. 92–87.
10. Basyuk T. M. (2014). Influence of external factors on the position rankings website. Abstracts of reports of the third international scientific and practical conference “Information control systems and technologies”. Odesa: VMV, P. 241–242.

Sinechko S. V. ANALYSIS OF THE RANGE OF COMPETITORS-MANUFACTURERS ON THE INTERNATIONAL MARKET WHEN FORMING THE STRATEGY OF THE ENTERPRISE

Abstract. The article is devoted to revealing the essence of competitive analysis, outlining the tasks it faces and characterizing the methods used to assess the competitive environment. The general sequence of analytical and predictive procedures of competitive analysis is presented. The composition of the objects of competitive analysis is determined. The main characteristics of competitors, on which it is necessary to focus the competitive analysis, are grouped and characterized.

The study showed the lack of use of hardfacing compared to domestic analogues. In connection with the absence of the scientific terms “surface engineering” and “hard alloy surface” in the domestic industry, it is proposed to use the term hardfacing, which combines the Western types of the product listed above.

In the course of the research, a line of terms was developed — the names of commercial products of enterprises, which change in English depending on the geographical region, which is quite important in targeted advertising. The author also proposed the use of ranking factors of Internet resources by the Google search engine in the marketing activities of enterprises through the Google Analytics system.

The author corrected the keywords with the corresponding names of the company's products. The article uses the method of checking non-abstract names of products offered to foreign markets using Google Image in a foreign language. The author assessed the relevance of the results and proposed methods, which increase the relevance of queries in Google Analytics AdWords by 3 times.

Keywords: competition, competitors, competitive environment, competitive analysis, objects of competitive analysis, methods of competitive analysis.