

УДК 339.13.021:339.137.2:005.936.43

<https://doi.org/10.5281/zenodo.10157766>

МОЛНАР О. С.

БРОВДІ М. І.

ЛОЗИНЕЦЬ О. А.

Аналіз кон'юнктури ринку продукції та її конкурентоспроможності

Предметом дослідження є аналіз кон'юнктури ринку продукції та її конкурентоспроможності.

Метою дослідження є провести аналіз кон'юнктури ринку продукції та її конкурентоспроможності.

Методи дослідження. У роботі використані діалектичний метод наукового пізнання, метод аналізу і синтезу, порівняльний метод, метод узагальнення даних.

Результати роботи. У статті проведено аналіз кон'юнктури ринку та її прогнозування. Наведені принципи технічної політики підприємства для відтворення свого потенціалу та зміцнення конкурентних переваг. Окреслені форми іноземних інвестицій для вирішення проблем реалізації технічної політики. Визначені основні шляхи підвищення конкурентоспроможності товару.

Висновки. Досліджено основні вимоги споживачів продукції до техніко-економічних параметрів її конкурентоспроможності, безпосередньо пов'язаних з попитом на певний вид (марку) продукції, мотивацію здійснення покупки та сприйняття рівня відпускної ціни виробника. Встановлено, що більшість споживачів вважають економічні показники продукції занадто високими, а інші мають бажання придбати більш інноваційну техніку. Застосування результатів дослідження дають можливість заводам-виробникам оперативно реагувати на вимоги споживачів щодо вдосконалення технічних параметрів продукції та активізувати їх мотивуючі фактори здійснення покупки, що забезпечить стабільність виробництва та ефективність збутового процесу в цілому.

Ключові слова: підприємство, ринок, збут, маркетинг, конкурентоспроможність, ефективність, інформація, інновації, інвестиції, споживачі.

MOLNAR O. S.

BROVDI M. I.

LOZYNETS O. A.

Analysis of the product market situation and its competitiveness

The subject of the study is the analysis of the product market situation and its competitiveness.

The purpose of the study is to analyze the product market situation and its competitiveness.

Research methods. The work uses the dialectical method of scientific knowledge, the method of

analysis and synthesis, the comparative method, and the method of summarizing data.

Work results. *The article analyzes the market situation and its forecasting. The principles of the enterprise's technical policy for reproduction of its potential and strengthening of competitive advantages are given. Forms of foreign investment to solve the problems of technical policy implementation are outlined. The main ways of increasing the product's competitiveness have been determined.*

Conclusions. *The main requirements of consumers of products to the technical and economic parameters of its competitiveness, directly related to the demand for a certain type (brand) of products, the motivation for making a purchase and the perception of the level of the manufacturer's selling price were studied. It has been established that the majority of consumers consider the economic indicators of products too high, while others have a desire to purchase more innovative equipment. The application of the results of the study gives the opportunity for manufacturing plants to promptly respond to the demands of consumers regarding the improvement of technical parameters of products and to activate their motivating factors for making a purchase, which will ensure the stability of production and the efficiency of the sales process as a whole.*

Keywords: *enterprise, market, sales, marketing, competitiveness, efficiency, information, innovations, investments, consumers.*

Постановка проблеми. Більшість українських підприємств в останні роки зіткнулись із серйозними проблемами у сфері збуту. Падіння обсягів продажу, зниження рентабельності виробництва, скорочення частки ринку або повна її втрата, надмірне використання товарообмінних операцій – це далеко не повний перелік взаємопов'язаних проблем, які супроводжують середовище збуту навіть тих підприємств, які ще вчора здавалися благополучними. Для збереження і зміцнення позицій українських підприємств на внутрішніх та зовнішніх ринках необхідна розробка стратегічних напрямків подальшого удосконалення методів та форм збутової діяльності, спрямованих на подолання кризи збуту, розширення обсягів та ринків збуту, покращення економічної ефективності збутового процесу в цілому.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Найбільш значний вклад у створення теоретичних основ збутової діяльності як складової маркетингової політики підприємства можна знайти в працях таких вчених, як С.В. Андрос, М.І. Долішнього, В.Г. Герасимчука, В.Я. Кардаша, Є.В. Крикавського, В.Ю. Школи, В.О. Щербаченко та інших. Вагомий внесок у теорію та практику розробки та впровадження збутової політики зробили такі зарубіжні економісти, як Б. Берман, М. Джонсон, К. Маконел, Р. Ман, Дж. Траут та інші. Однак, існує потреба у розробці нових підходів до формування ефективної збутової діяльності підприємств і тому вона зумовлює необхідність проведення подальшого дослідження у цьому напрямку.

Мета статті – провести аналіз кон'юнктури ринку продукції та її конкурентоспроможності.

Виклад основного матеріалу. У наш час, коли економіка України визнана ринковою, найважливішим завданням маркетингової діяльності підприємства і держави має бути постійний і ретельний аналіз, а відтак по можливості і оптимальний прогноз ринку, його кон'юнктури. Адже ринкова ситуація швидкозмінна і малопередбачувана – вона зазнає інтенсивного впливу багатьох макро- та мікрочинників. Можливо саме тому не завжди належним чином спрацьовують реформаторські рішення, які приймаються, не дає очікуваних наслідків реструктуризація внутрішнього ринку України, так як вітчизняна продукція не задовольняє його потреб, а на зовнішньому ринку не витримує конкуренції з боку більш конкурентоспроможних аналогів. До того ж, український ринок характеризується нестабільністю та підвищеними ризиками.

Аналіз кон'юнктури ринку проводиться на трьох рівнях: загальноекономічному, галузевому і товарному.

Товарно-галузеву кон'юнктуру можна розглядати як частину загальної (рис. 1), однак методологія її аналізу має суттєві відмінності. Так, при вивченні будь-якого окремого товарного ринку, галузі, сфери діяльності доцільно вдатися до розмежування таких складових кон'юнктури, як пропозиція (результати виробничої діяльності в даній галузі) та реальний попит (платоспроможна потреба) на продукцію цієї галузі.

В останні роки розвиток агропромислового сектора України набуває позитивних змін. Однак на фоні покращення загальної ситуації енерго-

насиченість галузі не відповідає вимогам сучасного виробництва, залишається низьким рівень технічного оснащення товаровиробників, підвищення якого є однією з основних передумов підвищення виробництва. З переходом до ринкових відносин темпи зростання цін на продукцію та послуги для підприємств в декілька разів перевищили темпи підвищення цін на продукцію, що призвело до порушення паритету цін та втрати товаровиробниками купівельної спроможності. Слід відмітити, що зростання кількості суб'єктів господарювання в процесі реформування підприємств вимагає не тільки збільшення загальної потреби в продукції, а і зміни її номенклатури, враховуючи інтереси середніх та малих господарств та підвищення рівня конкурентоспроможності, враховуючи загальну кон'юнктуру ринку.

Для переоснащення підприємств та підвищення їх технічного рівня необхідна розробка відповідних інноваційних програм і проектів, що дозволить залучити кошти вітчизняних та іноземних інвесторів. Формування інноваційних програм слід проводити з урахуванням їх кінцевої мети і можливості масштабного впровадження, високої ефективності та комерційної цінності. Доцільно створити інноваційні центри, які б об'єднували академічну і галузеву науку. Значну увагу необхідно приділити підвищенню якості продукції. Підприємці повинні сміливіше переймати зарубіжний досвід. Треба здійснювати формування школи конструкторів, здатних створювати конкурентоспроможну продукцію.

В контексті реалізації технічної політики подальший розвиток буде визначатися купівель-

ною спроможністю підприємств та оптимізацією збутової діяльності шляхом впровадження ефективних схем збуту, фінансових важелів стимулювання платоспроможного попиту та певної політики ціноутворення на продукцію. Для відтворення свого потенціалу та зміцнення конкурентних переваг підприємства в основу своєї технічної політики повинні керуватися такими принципами:

- відповідність сучасним технологіям виробництва продукції з урахуванням вимог різних типів товаровиробників;
- збалансованість створення та освоєння виробництва продукції за матеріальними, технічними і енергетичними ресурсами підприємств;
- забезпечення високої надійності і конкурентоспроможності продукції, її ергономічності та екологічності;
- створення мережі фірмового обслуговування продукції для її підтримки у належному стані на протязі всього періоду використання.

Важливе значення у вирішенні проблеми реалізації технічної політики має залучення іноземних інвестицій, форми якого можуть бути різними, але вигідними насамперед Україні. Продукція, що випускається вітчизняними підприємствами, поступається за продуктивністю та якістю зарубіжній, тому доцільно використовувати імпортні комплектуючі, найбільш опрацьовані в технологічному і технічному відношенні. Багатообіцяючим може стати налагодження спільних виробництв з провідними іноземними підприємствами з випуску пріоритетної продукції.

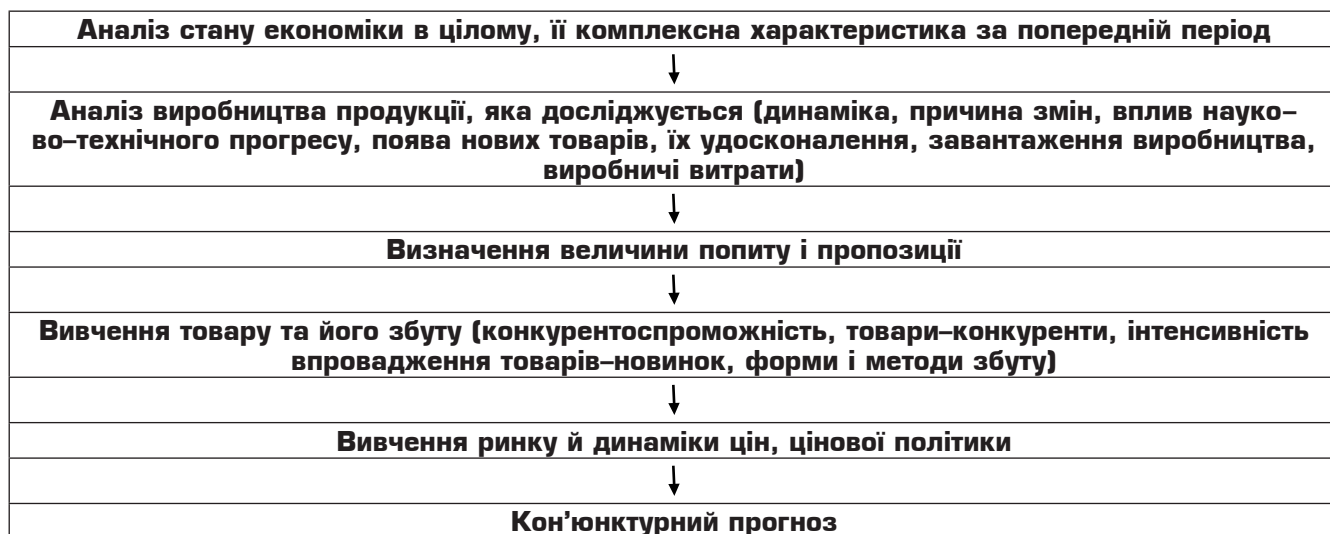


Рисунок 1. Алгоритм аналізу кон'юнктури ринку та її прогнозування *

* складено авторами

Конкурентоспроможність у промисловості впливає як на продуктивність в економіці в цілому, так і на продуктивність індивідуальних підприємств. Європейський форум керівників визначає промислову конкурентоспроможність як сьогоденну і майбутню спроможність і можливість для підприємців проектувати, виробляти і продавати товари на відповідних ринках, цінові і нецінові якості яких більш привабливі, ніж товари, вироблені конкурентами за кордоном або на внутрішніх ринках.

Одним з основних шляхів підвищення конкурентоздатності товару вважається поліпшення його якості. Якість можна визначити як відповідність виробу (або процесу) техніко-експлуатаційним вимогам, як сукупність властивостей і характеристик виробу або послуг, що пов'язані з його спроможністю задовольняти потребу споживачів. Це містить у собі економічні потреби, а також доступність, легкість обслуговування, надійність, конструкцію і всі інші характеристики споживання. Кожен з елементів має визначене значення і є незалежним, оскільки окремий виріб може мати високий показник в одному і низький в іншому. Проблеми підвищення рівня конкурентоспроможності продукції українських підприємств потребують вирішення комплексу техніко-організаційних питань. У виробництві конкурентоспроможної продукції повинні брати участь усі підрозділи підприємства, а аналіз і оцінка її конкурентоспроможності повинні входити в обов'язки відділу або служби маркетингу підприємства.

На світовому ринку головними елементами конкурентоспроможності є якість та ціна, причому зарубіжні фахівці вважають, що конкурентоспроможність продукції залежить саме від якості. У процесі оцінки конкурентоспроможності продукції, як економічної категорії, слід застосовувати принцип протилежності, враховуючи інтереси обох суб'єктів ринкових відносин (споживача та виробника), цільові орієнтири яких взаємопов'язані та протилежні: для виробника – важливі параметри, які впливають на рівень витрат, для споживача – параметри, які впливають на споживачькі якості продукції.

Висновки

Досліджено основні вимоги споживачів продукції до техніко-економічних параметрів її конкурентоспроможності, безпосередньо пов'язаних з попитом на певний вид (марку) продукції,

мотивацію здійснення покупки та сприйняття рівня відпускної ціни виробника. Встановлено, що більшість споживачів вважають економічні показники продукції занадто високими, а інші мають бажання придбати більш інноваційну техніку. Застосування результатів дослідження дають можливість заводам-виробникам оперативно реагувати на вимоги споживачів щодо вдосконалення технічних параметрів продукції та активізувати їх мотивуючі фактори здійснення покупки, що забезпечить стабільність виробництва та ефективність збутового процесу в цілому.

Список використаних джерел

1. Безгасний Л. К., Мельник В. П. Формування інноваційної моделі економічного зростання в Україні. Актуальні проблеми економіки. 2002. № 7. С. 7–15.
2. Важинський Ф. А., Колодійчук А. В. Маркетингові дослідження в системі управління конкурентоспроможністю підприємств. Науковий вісник НЛТУ України: зб. наук.-техн. праць. Львів: РВВНЛТУ України. 2009. Вип. 19 (1). С. 125–130.
3. Гаврилко П. П., Колодійчук А. В., Каганець-Гаврилко Л. П., Гуштан Т. В., Крамченко Р. А. Конкурентні технології в міжнародній економіці: підручник. Львів: Вид-во ННБК «АТБ», 2023. 184 с.
4. Гаврилко П. П., Колодійчук А. В., Черторижський В. М. Фактори інноваційного розвитку промисловості. Науковий вісник НЛТУ України: зб. наук.-техн. праць. 2011. Вип. 21 (11). С. 201–205.
5. Гаврилко П. П., Лалакулич М. Ю., Колодійчук А. В. Основні фактори виникнення кризових явищ на промислових підприємствах. Науковий вісник НЛТУ України: зб. наук.-техн. праць. 2012. Вип. 22.4. С. 158–164.
6. Завідна Л. Д., Колодійчук А. В., Важинський Ф. А., Гаврилко П. П., Домище-Медяник А. М. Міжнародний виробничий менеджмент: підручник. Львів, 2022. 171 с.
7. Кіктенко О. В. Механізми державного регулювання інноваційного розвитку національної економіки України. Економіка та держава. 2006. № 11. С. 53–56.
8. Колодійчук А. В., Гуштан Т. В., Молнар О. С., Василюха Н. В., Чобаль Л. Ю. Міжнародні перевезення в міжнародній економіці: підручник. Львів: Вид-во ННБК «АТБ», 2021. 189 с.
9. Колодійчук А. В. Інформація як фактор інноваційного розвитку економіки. Формування ринкових відносин в Україні. 2012. №5/1(132). С. 58–62.
10. Колодійчук А. В., Пісний В. М. Особливості функціонування машинобудівних підприємств на сучасно-

му етапі розвитку економіки України. Науковий вісник НЛТУ України. 2009. Вип. 19 (13). С. 172–178.

11. Колодійчук А. В., Пісний В. М., Семчук Ж. В. Сутність інновацій, структура та основні етапи інноваційного процесу. Науковий вісник НЛТУ України. 2009. Вип. 19 (9). С. 191–196.

12. Сопільник Л. І., Колодійчук А. В. Теоретичні аспекти управління конкурентоспроможністю підприємств. Науковий вісник НЛТУ України. 2009. Вип. 19 (8). С. 183–187.

13. Сопільник Л. І., Колодійчук А. В. Управління конкурентоспроможністю машинобудівних підприємств на сучасному етапі розвитку економіки України. Науковий вісник НЛТУ України. 2009. Вип. 19 (10). С. 222–227.

References

1. Bezhasnyy, L. K., & Melnyk, V. P. (2002). Formuvannya innovatsiynoyi modeli ekonomichnoho zrostannya v Ukraini [Formation of an innovative model of economic growth in Ukraine]. Actual problems of the economy – Aktual'ni problemy ekonomiky, 7, 7–15. [in Ukrainian].

2. Vazhynskyy, F. A., & Kolodiychuk, A. V. (2009). Marketynhovi doslidzhennya v systemi upravlinnya konkurentospromozhnisty pidpryyemstv [Marketing research in the system of competitiveness management of enterprises]. In Naukovyy visnyk NLTU Ukrainy [Scientific Bulletin of National Forestry University of Ukraine]: Vol. 19 (1) (pp. 125–130). [in Ukrainian].

3. Havrylko, P. P., Kolodiychuk, A. V., Kahanets-Havrylko, L. P., Hushtan, T. V., & Kramchenko R. A. (2023). Konkurentni tekhnolohiyi v mizhnarodniy ekonomitsi [Competitive technologies in the international economy]: Textbook. Lviv: ATB Publishing. [in Ukrainian].

4. Havrylko, P. P., Kolodiychuk, A. V., & Chertoryzhskyy, V. M. (2011). Faktory innovatsiynoho rozvytku promyslovosti [Factors of innovation development of industry]. In Naukovyy visnyk NLTU Ukrainy [Scientific Bulletin of National Forestry University of Ukraine]: Vol. 21 (11) (pp. 201–205). [in Ukrainian].

5. Havrylko, P. P., Lalakulych, M. Yu., & Kolodiychuk, A. V. (2012). Osnovni factory vynykennya kryzovykh yavlyshch na promyslovykh pidpryyemstvakh [The main factors of emergence of crisis phenomena in industrial enterprises]. In Naukovyy visnyk NLTU Ukrainy [Scientific Bulletin of National Forestry University of Ukraine]: Vol. 22 (4) (pp. 158–164). [in Ukrainian].

6. Zavidna, L. D., Kolodiychuk, A. V., Vazhynskyy, F. A., Havrylko, P. P., & Domyshche-Medyanyk, A. M. Mizhnarodnyy vyrobnychy menedzhment [International pro-

duction management]: Textbook. Lviv, 2022. [in Ukrainian].

7. Kiktenko, O. V. (2006). Mekhanizmy derzhavnoho rehulyuvannya innovatsiynoho rozvytku natsional'noy ekonomiky Ukrainy [Mechanisms of state regulation of innovative development of the national economy of Ukraine]. Ekonomika ta derzhava – Economy and the state, 11, 53–56. [in Ukrainian].

8. Kolodiychuk, A. V., Hushtan, T. V., Molnar, O. S., Vasylykha, N. V., & Chobal, L. Yu. (2021). Mizhnarodni perevezennya v mizhnarodniy ekonomitsi [International transportation in the international economy]: Textbook. Lviv: ATB Publishing [in Ukrainian].

9. Kolodiychuk, A. V. (2012). Informatsiya yak faktor innovatsiynoho rozvytku ekonomiky [Information as a factor of innovation development of the economy]. In Formuvannya rynkovykh vidnosyn v Ukraini [Formation of market relations in Ukraine]: Vol. 5/1 (132) (pp. 58–62). [in Ukrainian].

10. Kolodiychuk, A. V., & Pisnyy, V. M. (2009). Osoblyvosti funktsionuvannya mashynobudivnykh pidpryyemstv na suchasnomu etapi rozvytku ekonomiky Ukrainy [Features of functioning of machine-building enterprises at the current stage of development of the economy of Ukraine]. In Naukovyy visnyk NLTU Ukrainy [Scientific Bulletin of National Forestry University of Ukraine]: Vol. 19 (13) (pp. 172–178). [in Ukrainian].

11. Kolodiychuk, A. V., Pisnyy, V. M., & Semchuk, Zh. V. (2009). Sutnist' innovatsiy, struktura ta osnovni etapy innovatsiynoho protsesu [The essence of innovation, the structure and the main stages of the innovation process]. In Naukovyy visnyk NLTU Ukrainy [Scientific Bulletin of National Forestry University of Ukraine]: Vol. 19 (9) (pp. 191–196). [in Ukrainian].

12. Sopilnyk, L. I., & Kolodiychuk, A. V. (2009). Teoretichni aspekty upravlinnya konkurentospromozhnisty pidpryyemstv [Theoretical aspects of enterprise competitiveness management]. In Naukovyy visnyk NLTU Ukrainy [Scientific Bulletin of National Forestry University of Ukraine]: Vol. 19 (8) (pp. 183–187). [in Ukrainian].

13. Sopilnyk, L. I., & Kolodiychuk, A. V. (2009). Upravlinnya konkurentospromozhnisty mashynobudivnykh pidpryyemstv na suchasnomu etapi rozvytku ekonomiky Ukrainy [Management of competitiveness of machine-building enterprises at the present stage of development of Ukrainian economy]. In Naukovyy visnyk NLTU Ukrainy [Scientific Bulletin of National Forestry University of Ukraine]: Vol. 19 (10) (pp. 222–227). [in Ukrainian].

Дані про автора

Молнар Олександр Сергійович,

к.е.н., доцент, завідувач кафедри економічної теорії,
ДВНЗ «Ужгородський національний університет»

e-mail: Kaf-et@uzhnu.edu.ua

Бровді Маріанна Іванівна,

магістр, економічний факультет, ДВНЗ «Ужгород-
ський національний університет»

e-mail: Kaf-et@uzhnu.edu.ua

Лозинець Олександр Анатолійович,

магістр, економічний факультет, ДВНЗ «Ужгород-
ський національний університет»

e-mail: Kaf-et@uzhnu.edu.ua

Data about the authors

Oleksandr Molnar,

Ph.D. of Economics, Associate Professor, Head of the De-
partment of Economic Theory, Uzhhorod National University

e-mail: Kaf-et@uzhnu.edu.ua

Marianna Brovdi,

Master's degree, Faculty of Economics, Uzhhorod
National University

e-mail: Kaf-et@uzhnu.edu.ua

Oleksandr Lozynets,

Master's degree, Faculty of Economics, Uzhhorod
National University

e-mail: Kaf-et@uzhnu.edu.ua