

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

ФАКУЛЬТЕТ МЕНЕДЖМЕНТУ

Кафедра бізнес - адміністрування і менеджменту зовнішньоекономічної
діяльності

**Кваліфікаційна робота
бакалавра**

на тему: «Механізм забезпечення конкурентоспроможності продукції ТОВ
«Недекс-Україна»»

Виконав : студент 4 курсу, групи 6.0739-зед-_____
спеціальності 073 менеджмент освітньої програми
менеджмент зовнішньоекономічної діяльності

Альбертович С. В.

Керівник : доцент кафедри бізнес-адміністрування і
менеджменту зовнішньоекономічної діяльності,
кандидат філософських наук, доцент

Олійник О. М.

Рецензент : завідувач кафедри бізнес-адміністрування
і менеджменту зовнішньоекономічної діяльності,
доктор наук з державного управління, професор

Бікулов Д. Т.

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Факультет менеджменту _____

Кафедра бізнес-адміністрування і менеджменту зовнішньоекономічної діяльності

Освітньо-кваліфікаційний рівень бакалавр

Спеціальність 073 Менеджмент

Освітня програма Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри _____

Д.Т. Бікулов

« ____ » _____ 2023 року

**З А В Д А Н Н Я
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ БАКАЛАВРА**

Альбертович Сергій Володимирович

1. Тема роботи «Механізм забезпечення конкурентоспроможності продукції ТОВ «Недекс-Україна»

керівник роботи: Олійник О. М., доцент кафедри бізнес-адміністрування і менеджменту зовнішньоекономічної діяльності, кандидат філософських наук, доцент

затверджені наказом ЗНУ від 12.01.2023 року № _____ 26-с

2. Строк подання студентом роботи 23.05.2023 р.

3. Вихідні дані до роботи навчальні посібники, монографії, періодичні та аналітичні вітчизняні та зарубіжні матеріали, фінансова звітність підприємства, інтернет ресурси

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити) _____

РОЗДІЛ 1 СУТНІСТЬ ТА ЗМІСТ ПОНЯТТЯ
КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА

РОЗДІЛ 2 АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНУ ТА
КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ ТОВ «НЕДЕКС-УКРАЇНА»
НА ВІТЧИЗНЯНОМУ ТА МІЖНАРОДНОМУ РИНКАХ

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень) __

14 таблиць

3 рисунків

6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
1	Олійник О. М.		
2	Олійник О. М.		
3	Олійник О. М.		

7. Дата видачі завдання 01.10.2022 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1.	Затвердження теми кваліфікаційної роботи у наукового керівника.	01.10.2022	
2.	Затвердження змісту роботи.	02.10.2022	
3.	Огляд літератури за темою кваліфікаційної роботи.	03.10.22-13.11.22	
4.	Розробка чернетки I розділу кваліфікаційної роботи.	14.11.22-23.12.22	
5.	Написання I розділу кваліфікаційної роботи.	24.12.22-31.01.23	
6.	Збір розрахунково-аналітичного матеріалу за темою.	01.02.23-21.02.23	
7.	Розробка чернетки II розділу кваліфікаційної роботи.	22.02.23-20.03.22	
8.	Написання II розділу кваліфікаційної роботи.	21.03.23-29.04.23	
9.	Оформлення кваліфікаційної роботи згідно вимог.	30.04.23-08.05.23	
10.	Попередній захист кваліфікаційної роботи.	09.05.2023	
11.	Проходження нормоконтролю.	10.05.23-31.05.23	
12.	Подання кваліфікаційної роботи на кафедру.	01.06.2023	
13.	Захист кваліфікаційної роботи.	червень 2023	

Студент

(підпис)

С. В. Альбертович

(ініціали та прізвище)

Керівник роботи

(підпис)

О. М. Олійник

(ініціали та прізвище)

Нормоконтроль пройдено

Нормоконтролер

(підпис)

Т. М. Магомедова

(ініціали та прізвище)

РЕФЕРАТ

Кваліфікаційна робота бакалавра: 52 стор., 14 табл., 3 рис., 48 джерел.

Об'єкт дослідження: конкурентоспроможність продукції підприємства.

Предмет дослідження: економічний механізм забезпечення конкурентоспроможності продукції ТОВ «Недекс-Україна».

Мета роботи: визначення основних засобів підвищення конкурентоспроможності продукції компанії за рахунок створення адекватного економічного механізму.

Методи дослідження: системний аналіз, методи статистичного аналізу, експертні оцінки.

У кваліфікаційній роботі бакалавра визначено сутність та зміст конкурентоспроможності продукції підприємства як економічної категорії, основні фактори формування конкурентоспроможності продукції підприємства; існуючі методи оцінки конкурентоспроможності продукції підприємства. Здійснено аналіз господарської діяльності компанії ТОВ «Недекс-Україна» на вітчизняному та міжнародному ринках; оцінку конкурентоспроможності продукції з асортименту ТОВ «Недекс-Україна» на вітчизняному та міжнародному ринку. Визначено можливості та шляхи вдосконалення економічного механізму підвищення конкурентоздатності продукції виробництва ТОВ «Недекс-Україна» на міжнародному ринку, а також основні фактори зростання її конкурентоспроможності.

ЕКОНОМІЧНИЙ МЕХАНІЗМ, КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ, АНАЛІЗ, КОНКУРЕНЦІЯ, КОНКУРЕНТНІ ПЕРЕВАГИ, МЕТОД, ТОВАР, КРИТЕРІЇ, ОЦІНКА, ЯКІСТЬ.

ABSTRACT

Bachelor's thesis: 52 pages, 14 tables, 3 figures, 48 sources.

Object of research: competitiveness of the company's products.

The subject of the study: the economic mechanism of ensuring the competitiveness of the products of "Nedex-Ukraine" LLC.

The purpose of the work: determination of the main means of increasing the competitiveness of the company's products by creating an adequate economic mechanism.

Research methods: system analysis, methods of statistical analysis, expert evaluations.

The bachelor's qualification thesis defines the essence and content of the competitiveness of the company's products as an economic category, the factors of the formation of the competitiveness of the company's products are the basis; existing methods of assessing the competitiveness of the company's products. An analysis of the economic activity of Nedex-Ukraine LLC on the domestic and international markets was carried out; assessment of the competitiveness of products from the Nedex-Ukraine LLC assortment on the domestic and international market. Possibilities and ways of improving the economic mechanism of increasing the competitiveness of products manufactured by "Nedex-Ukraine" LLC on the international market, as well as the main factors of increasing its competitiveness, were determined.

ECONOMIC MECHANISM, COMPETITIVENESS, ANALYSIS, COMPETITION, COMPETITIVE ADVANTAGES, METHOD, PRODUCT, CRITERIA, EVALUATION, QUALITY.

ЗМІСТ

ЗАВДАННЯ НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ БАКАЛАВРА	2
РЕФЕРАТ	4
ABSTRACT	5
ВСТУП.....	7
РОЗДІЛ 1 СУТНІСТЬ ТА ЗМІСТ ПОНЯТТЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА	10
1.1 Теоретичні основи формування економічного механізму забезпечення конкурентоспроможності товару.....	10
1.2 Методи оцінки конкурентоспроможності товару	13
РОЗДІЛ 2 АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНУ ТА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ ТОВ «НЕДЕКС-УКРАЇНА» НА ВІТЧИЗНЯНОМУ ТА МІЖНАРОДНОМУ РИНКАХ	17
2.1 Загальна характеристика ТОВ «Недекс-Україна» та його системи управління зовнішньоекономічною діяльністю.....	17
2.2 Дослідження конкурентоспроможності продукції ТОВ «Недекс-Україна» на вітчизняному та міжнародному ринках	30
2.3 Комплексний підхід до підвищення конкурентоспроможності продукції ТОВ «Недекс-Україна» на міжнародному та вітчизняному ринку.....	40
ВИСНОВКИ.....	44
ПЕРЕЛІК ПОСИЛАНЬ	49

ВСТУП

Підвищення ефективності господарської діяльності українських підприємств можливе тільки за умови підвищення їх конкурентоздатності як на вітчизняних так і на міжнародних ринках. Досягнення конкурентоспроможності підприємства на ринку можливе лише за умови забезпечення високого рівня конкурентоспроможності його продукції як за якісними, так і за ціновими показниками. Вступ України до Світової організації торгівлі обумовлює необхідність забезпечення високого рівня конкурентоспроможності вітчизняних виробників у порівнянні з зарубіжними аналогами. Тільки за цієї умови вітчизняні підприємства зможуть ефективно працювати в умовах інтеграції у світову економічну спільноту. Необхідність визначення перспективних напрямків підвищення конкурентоспроможності продукції вітчизняних підприємств обумовлює актуальність теми даного дипломного дослідження.

У ринковій економіці вирішальним фактором комерційного успіху товару є конкурентоспроможність. Це багатоаспектне поняття, що означає відповідність товару умовам ринку, конкретним вимогам споживачів не тільки по своїм якісним, технічним, економічним, естетичним характеристикам, але і по комерційним й іншим умовам, його реалізації (ціна, терміни постачання, канали збуту, сервіс, реклама). Більш того, важливою складовою частиною конкурентоспроможності товару є рівень витрат споживача за період його експлуатації.

Концептуальні основи теорії конкурентоспроможності в економіці були закладені такими зарубіжними авторами, як С. Брю, Е. Демінг, Ф. Котлер, К. Макконнелл, М. Портер; різні підходи до визначення джерел конкурентоспроможності запропоновані Р. Грантом, Дж. Барні, С. Смітом, Г. Джонсоном, М. Дертоузосом. Питання оцінки й управління конкурентоспроможністю підприємств і продукції, що ними випускається,

розглядаються в роботах таких учених: О.І. Амоша, В.Д. Андріанов, І.П. Булеєв, В. Андрианов, Ю.М. Пахомов, Д.Г. Лук'яненко, Б.В. Губський. . Застосуванню математичних методів і моделей у процесі управління конкурентоспроможністю підприємств і продукції присвячені роботи І. Ансоффа, В.М. Гейця, М.Г. Гузя, В.А. Забродського.

Проте деякі питання, пов'язані з формуванням економічного механізму підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств, залишаються не вирішеними і потребують подальшого розгляду. Зокрема, підходи до управління конкурентоспроможністю мають урахувувати специфіку даної галузі та її продукції. Необхідність подальших досліджень у даній предметній сфері зумовила вибір теми роботи, її мету та задачі.

Об'єкт дослідження: конкурентоспроможність продукції підприємства.

Предмет дослідження: економічний механізм забезпечення конкурентоспроможності продукції ТОВ «Недекс-Україна».

Метою даної роботи є визначення основних засобів підвищення конкурентоспроможності продукції компанії за рахунок створення економічного механізму.

Для досягнення мети дослідження у даній роботі вирішено наступні завдання:

- визначено сутність та зміст конкурентоспроможності продукції підприємства як економічної категорії;
- визначено основні фактори формування конкурентоспроможності продукції підприємства;
- досліджено існуючі методи оцінки конкурентоспроможності продукції підприємства;
- досліджено умови здійснення господарської діяльності компанією ТОВ «Недекс-Україна» на вітчизняному та міжнародному ринках;
- здійснено оцінку конкурентоспроможності продукції з асортименту ТОВ «Недекс-Україна» на вітчизняному та міжнародному ринку;
- визначено можливості та шляхи підвищення конкурентоспроможності

продукції виробництва ТОВ «Недекс-Україна» на міжнародному ринку.

Практичне значення дослідження конкурентоспроможності продукції ТОВ «Недекс-Україна» та розробки комплексу заходів щодо вдосконалення економічного механізму підвищення її рівня, забезпечить зростання ефективності зовнішньоекономічної діяльності даної компанії.

РОЗДІЛ 1

СУТНІСТЬ ТА ЗМІСТ ПОНЯТТЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА

1.1 Теоретичні основи формування економічного механізму забезпечення конкурентоспроможності товару

Створення та функціонування економічного механізму забезпечення конкурентоспроможності продукції підприємства на внутрішньому та міжнародному ринках визначається особливостями вибраної підприємством конкурентної стратегії на даному ринку. У таблиці 1.1 наведений перелік основних зовнішніх факторів конкурентної переваги товару і спрямованість їхнього впливу на конкурентоспроможність. [5]

Таблиця 1.1 - Основні зовнішні фактори конкурентної переваги товару

Зовнішні фактори конкурентної переваги товару, обумовлені зовнішнім середовищем системи	Спрямованість впливу фактора на конкурентоспроможність товару
1. Рівень конкурентоспроможності країни	З підвищенням цього показника поліпшуються всі інтегральні й окремі показники конкурентоспроможності товару
2. Рівень конкурентоспроможності галузі	Те ж саме
3. Рівень конкурентоспроможності регіону	Те ж саме
4. Рівень конкурентоспроможності організації, що випускає товар	Те ж саме
5. Сила конкуренції на виході системи, серед її конкурентів (старих і нових)	Збільшення сили (інтенсивності) конкуренції підвищує конкурентоспроможність товару
6. Сила конкуренції на вході системи, серед постачальників сировини, матеріалів, комплектуючих виробів	Те ж саме
7. Сила конкуренції серед товарів-замінників	Те ж саме
8. Виникнення нових потреб	Знижує конкурентоспроможність товару, що випускається
9. Рівень організації виробництва, праці і керування у посередників і споживачів товарів, що випускаються системою	Підвищення рівня організації підвищує конкурентоспроможність товару
10. Активність контактних аудиторій (громадських організацій, суспільства споживачів, засобів масової інформації)	З підвищенням активності контактних аудиторій конкурентоспроможність підвищується

У таблиці 1.2 наведений перелік основних внутрішніх факторів конкурентної переваги товару і спрямованість їхнього впливу на конкурентоспроможність.

Таблиця 1.2 - Основні внутрішні фактори конкурентної переваги товару.

Внутрішні фактори конкурентної переваги товару, обумовлені системою	Спрямованість впливу фактора на конкурентоспроможність товару
1. Патентоспроможність (новизна) конструкції (структури, складу) товару	З підвищенням патентоспроможності товару підвищується його конкурентоспроможність
2. Раціональність організаційної і виробничої структур системи	Структура повинна відповідати принципам раціоналізації структур і процесів, тоді вона буде сприяти підвищенню конкурентоспроможності товару
3. Конкурентоспроможність персоналу системи	Підвищення конкурентоспроможності персоналу підвищує конкурентоспроможність товару
4. Прогресивність інформаційних технологій	Зі збільшенням питомої ваги технологій прогресивних підвищується конкурентоспроможність товару
5. Прогресивність технологічних процесів і устаткування	Те ж саме
6. Науковий рівень системи управління (менеджменту)	Зі збільшенням кількості застосовуваних наукових підходів, принципів і сучасних методів підвищується конкурентоспроможність товару
7. Обґрунтованість місії системи	Місія системи повинна бути орієнтована на досягнення конкурентоспроможності системи і її товарів

Економічний механізм забезпечення конкурентоспроможності товару повинен бути орієнтованим на оптимізацію цінових і нецінових чинників його конкурентоспроможності.

Для оцінки конкурентоспроможності товару виробнику необхідно визначити внутрішню структуру двох основних факторів конкурентоспроможності ціни (цінові параметри) і якості (нецінові параметри). Розрахувавши величини кожного параметра цих факторів і, вибравши певну стратегію, можна впливати на них, відносно підвищуючи показник конкурентоспроможності. [6]

Найбільш важливі фактори конкурентоспроможності цінові. Вони застосовуються при оцінці конкурентоспроможності, характеризуються структурою повних витрат споживача (ціни споживання) по придбанню й

експлуатації продукції протягом терміну експлуатації і визначаються властивостями продукції, умовами її придбання і використання. Повні витрати споживача в загальному випадку включають одноразові і поточні витрати.

Друга найважливіша група факторів конкурентоспроможності - нецінові. Вони важкі в оцінці і порівнянні. Розповсюджений підхід у їхній оцінці - спосіб виявлення корисного споживчого ефекту. [7]

Параметри інформаційного захисту характеризують рівень захищеності товару від підробки різними засобами захисту, методи збереження авторських прав і наявність нормативних параметрів інформаційного захисту, висунутих ринком. До числа таких параметрів, зокрема, відноситься параметр патентної чистоти, що відбиває ступінь втілення в продукції технічних рішень, що не підлягають під дію патентів, виданих у країнах передбачуваного продажу. [9]

Загальну структуру всіх параметрів, що впливають на корисний ефект можна зобразити наступним чином (див. рис. 1.1).

Матеріальні властивості		Нематеріальні властивості	
Показники призначення	- функціональні - конструктивні - нормативно-технічні	Кваліфікаційні	- нормативно-класифікаційні (штрих код)
Показники надійності	- нормативні показники надійності - показники безпеки	Естетичні показники	- мода - дизайн
Ергономічні показники	- показники зручності - нормативно-ергономічні показники	Інноваційні показники	- нормативно-патентні показники
Екологічні показники	- нормативно-екологічні	Іміджеві показники	- товарна марка - рекламні образи - торгова мотивація
		Показники інформаційного захисту	- нормативні показники інформаційного захисту

Рис. 1.1 - Структура параметрів, що впливають на корисний ефект

Існує три основні групи показників: технічні показники, що

відображають споживчі властивості товару; нормативні показники, що характеризують відповідність товару обов'язковим нормам і стандартам; і нарешті економічні показники, що говорять про величину витрат, пов'язаних з експлуатацією чи споживанням даного товару, їх ще називають цінами споживання. Як відомо, конкурентоспроможність товару чи іншого об'єкта - поняття відносне, тобто про нього можна говорити тільки при порівнянні з іншим об'єктом. Тому при розрахунку показників конкурентоспроможності товару як порівнюваний об'єкт звичайно беруть чи товар-аналог (прямий метод), чи зразок (непрямий метод), що вже користується попитом. Потім ці показники збираються в один інтегрований показник, що за змістом відбиває розходження в споживчому ефекті, що приходить на одиницю витрат споживача на їхнє придбання і використання. [8]

Таким чином, конкурентоспроможність будь-якого товару може бути визначена тільки в результаті його порівняння з іншим виробом і тому є відносним показником.

1.2 Методи оцінки конкурентоспроможності товару

При оцінці конкурентоспроможності товару застосовуються наступні методи: альтернативний, диференціальний, комплексний, змішаний.

Методично облік нормативних параметрів при оцінці конкурентоспроможності може бути забезпечений шляхом використання альтернативного методу. Він здійснюється за допомогою введення спеціального показника, що приймає лише два значення - 1 чи 0. Якщо товар відповідає обов'язковим нормам і стандартам, то цей показник дорівнює 1, якщо ні - то 0. Груповий показник по всій масі нормативних параметрів являє собою добуток одиничних показників по кожному з них. Таким чином, якщо хоча б один з одиничних показників дорівнює 0 (тобто виріб по будь-якому параметру не відповідає обов'язковій нормі), то груповий показник також дорівнює 0, що говорить про не конкурентоспроможність даного товару на

розглянутому ринку. [10]

- Диференціальний метод. З технічними параметрами виробу пов'язаний перший крок споживача до його покупки. Він буде зроблений, якщо аналіз параметрів виробу показує, що останнє задовольняє існуючі потреби покупця і принесе йому необхідний корисний ефект. Якщо не всі параметри виробу відповідають вимогам покупця, це означає його не конкурентоспроможність стосовно даного споживача. У такому випадку останній звертається до інших конкуруючих виробів. По величині технічного параметра споживач оцінює, наскільки властивість виробу, представлена даним параметром, задовольняє відповідний елемент його потреби. Це можна виразити в кількісній формі як відсоткове відношення величини зазначеного параметра до величини того ж параметра, при якій потреба задовольняється цілком. Отриманий показник може бути названий одиничним параметричним показником:

$$q_i = p_i/p_{i100} \times 100\%, \quad (1.2)$$

де q_i - одиничний параметричний показник по i -му параметру;

p_i - величина i -го параметра для аналізованого виробу;

p_{i100} - величина i -го параметра, при якому потреба задовольняється цілком.

- Комплексний метод. Цей метод ґрунтується на використанні групового показника. Для одержання на базі одиничних показників групового показника, що характеризує відповідність виробу даної потреби, необхідно їх об'єднати із врахуванням значимості (ваги) кожного одиничного показника в загальному наборі:

$$I_{т.п.} = q_1 \times a_1 + q_2 \times a_2 + \dots + q_n \times a_n \quad (1.3)$$

де $I_{т.п.}$ - груповий параметричний показник по технічних параметрах;

q_i - одиничний параметричний показник по i -му технічному параметру;

a_i - вагомість i -го параметра в загальному наборі з n технічних

параметрів, що характеризують потребу;

n - число параметрів, та оцінюються.

Отриманий груповий показник $I_{т.п.}$ характеризує ступінь відповідності даного товару існуючій потребі по всьому набору технічних параметрів.

Приведені одиничні і групові показники, які відображають ступінь задоволення потреби за допомогою даного товару, ще не дають можливості з'ясувати рівень його конкурентоспроможності. Для цього необхідно зіставити показники аналізованого товару і товару конкурента, і на базі такого порівняння визначити, який з них у більшому ступені відповідає конкретній потребі. Тоді

$$K_{т.п.} = I_{т.п.1} / I_{т.п.2} \quad (1.4)$$

де $K_{т.п.}$ - показник конкурентоспроможності товару стосовно виробу-конкурента по технічних параметрах;

$I_{т.п.1}$ - груповий показник для товару 1, що відображає ступінь його відповідності конкретній потребі;

$I_{т.п.2}$ - груповий показник для товару 2 (конкурента), що відображає ступінь його відповідності тій самій потребі.

Проводячи оцінку різних товарів, пропонованих на ринку, покупець поряд із зіставленням їхніх споживчих ефектів не може абстрагуватися і від величини витрат, що можуть виникнути в нього у зв'язку з експлуатацією виробу. Фактично це означає, що покупець визначає величини цін споживання цікавлячих його виробів і використовує їх при порівнянні в процесі вибору. Однак тут є особливості, пов'язані з тим, що зіставлення всіх економічних показників відбувається на вартісній основі. Власне кажучи проблема полягає в тому, щоб встановити різницю в цінах споживання аналізованого виробу і зразка, що може бути визначена у виді відсоткового відношення параметрів товарів, що зіставляються. Оскільки в даному випадку порівнюються ціни споживання, отриманий показник прийме наступний вигляд:

$$I_{e.п.} = C/C_0 \quad (1.5)$$

де $I_{e.п.}$ - показник по економічним параметрам (ціні споживання); C - ціна споживання аналізованого виробу; C_0 - ціна споживання товару-зразка.

- Змішаний метод. Цей метод аналізу конкурентоспроможності здійснюється за допомогою розрахунку інтегрального показника.[11]

На основі групових показників по нормативних, технічних і економічних параметрах будується інтегральний показник конкурентоспроможності аналізованого виробу стосовно зразка:

$$ДО = I_{н.п.} \times I_{т.п.} / I_{e.п.} \quad (1.6)$$

де ДО - інтегральний показник конкурентоспроможності розглянутого виробу стосовно зразка;

$I_{н.п.}$ - груповий показник по нормативним параметрам;

$I_{т.п.}$ - груповий показник по технічним параметрам;

$I_{e.п.}$ - груповий показник по економічним параметрам.

Отже, приведений вище показник є відомим наближенням до дійсної конкурентоспроможності товару на конкретному ринку. Його точність залежить від повноти обліку властивостей конкретного виробу, правильності вибору зразка, вагових баз по технічних і економічних параметрах та ін. У практичній роботі варто враховувати, що підвищення точності веде до додаткових витрат, що не завжди доцільно. Тому на початковому етапі має сенс проводити аналіз не в повному обсязі, а лише по основних техніко-економічних показниках для того, щоб надалі поступово розширювати коло властивостей, що враховуються, аналітичних засобів і джерел інформації.

РОЗДІЛ 2

АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНУ ТА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ ТОВ «НЕДЕКС-УКРАЇНА» НА ВІТЧИЗНЯНОМУ ТА МІЖНАРОДНОМУ РИНКАХ

2.1 Загальна характеристика ТОВ «Недекс-Україна» та його системи управління зовнішньоекономічною діяльністю

Підприємство ТОВ «Недекс - Україна» є відомим виробником хімічної продукції та комплектуючих для виробництва склопакетів. Основними товарними позиціями асортименту даної компанії є - молекулярні сита, полісульфати, бутил, алюмінієві розпірки, а також компанія займається вдосконаленням теплоізоляційних технологій для житлових та виробничих приміщень. На основі технологій, розроблених у ТОВ «Недекс-Україна» щорічно виробляється близько 200.000.000 м² склопакетів. У таблиці 2.1 наведено дані щодо динаміки та структури виробництва компанії ТОВ «Недекс-Україна» у 2019 – 2021 рр.

Таблиця 2.1 - Динаміка та структура виробництва компанії ТОВ «Недекс-Україна» у 2019 – 2021 рр., євро

Назва продукції	2019 р.	2020 р.	2021
Сито	3 451 150	4 909 167	4 034 265
Полісульфати	1 279 556,4	1 634 164	1 492 008
Бутил	3 881	18 98,2	3 131,1
Рамка	798 200	67 680	251 448
Силікон	8 974	6 146	0
Інше	11 204	393 796,5	227 760

Загальну структуру управління зовнішньоекономічною діяльністю на підприємстві ТОВ «Недекс - Україна» можна представити у вигляді схеми наведеної на рис.2.1.



Рис.2.1 - Організаційна структура управління ЗЕД на підприємстві

Відділ ЗЕД очолює начальник відділу. Начальник відділу ЗЕД безпосередньо підпорядковується директорові, призначається й звільняється з посади наказом директора. На посаду начальника відділу призначається особа, що має вищу інженерну або економічну освіту й стаж роботи зі спеціальності на інженерно-технічних і керівних посадах не менш 3 років. Начальник відділу є представником у межах своєї компетенції у вищих та інших організаціях.

Розглянемо основні функції відділу ЗЕД компанії ТОВ «Недекс-Україна». До них відносяться:

- координація роботи товариства з підвищення ефективності договірних відносин з вітчизняними й закордонними партнерами;
- вивчення й використання кон'юнктури внутрішнього й зовнішнього ринків,
- визначення найкращих умов поставки матеріалів, що забезпечують найбільшу ефективність комерційних операцій за укладеними контрактами.

Штат відділу ЗЕД установлюється залежно від обсягу й характеру робіт і

затверджується директором підприємства.

Проаналізуємо функції менеджерів, що є співробітниками даного відділу.

Декларант здійснює оформлення вантажних митних декларацій на вантажі, що прибувають на адресу підприємства в режимі імпорту. Він виконує роботу з митного оформлення й пред'явлення до митного оформлення товарів по імпорту.

Менеджер із зовнішньоекономічної діяльності проводить всебічний аналіз зовнішньоекономічного співробітництва, готує інформацію зі всіх питань зовнішньоекономічних зв'язків, вивчає кон'юнктуру закордонних ринків і вносить пропозиції щодо поставок матеріалів. Він також бере участь у складанні імпортних контрактів, супроводжує виконання контрактів, стежить за виконанням умов і строків поставки матеріалів.

Свої функції відділ ЗЕД компанії ТОВ «Недекс-Україна» виконує у тісному взаємозв'язку з іншими підрозділами підприємства.

Менеджер з постачання проводить пошук і оцінку постачальників основних і допоміжних матеріалів для виробництва, підготовку проектів договорів на закупівлю матеріалів і комплектуючих виробів, організовує доставку на підприємство закуплених матеріалів і комплектуючих виробів.

На час відсутності начальника відділу, його обов'язки виконує особа, призначена у встановленому порядку, що здобуває відповідні права й відповідає за належне виконання покладених на неї обов'язків.

При виконанні функцій, покладених на відділ, і в процесі обміну інформацією відділ взаємодіє з іншими підрозділами. Схема взаємозв'язку з ними наведена в таблиці 2.2.

Тут наведена структура документообігу між відділом ЗЕД компанії ТОВ «Недекс-Україна» та планово-диспетчерським бюро, бухгалтерією, матеріально-технічним складом, економічним відділом тощо.

Функції відділу здійснюються його начальником, а також іншими працівниками відділу відповідно до встановлених посадових інструкцій

розподілу прав і обов'язків.

Таблиця 2.2 - Взаємозв'язок ВЗ та ЗЕД з іншими підрозділами підприємства

Назва підрозділу	Документи, які отримує від відділу ЗЕД	Документи, які передає до відділу ЗЕД
1	2	3
Планово-диспетчерське бюро	- інформація щодо залишків матеріалів; - замовлення матеріалів, необхідних для виробництва	- інформація про обсяги необхідних матеріалів (на вимогу)
Бухгалтерія	- платіжні доручення банку про надходження коштів за продукцію (на вимогу)	- договори на поставку продукції (на вимогу); - документація після розмитнення (імпорт); - інвойси, специфікації (по мірі надходження)
Матеріально-технічний склад	- ксерокопії товаросупроводжувальних документів (на вимогу)	
Економічний відділ	- інформація стосовно собівартості (на вимогу)	- інформація стосовно вартості матеріалів і комплектуючих з метою розрахунку рентабельності виробництва (при необхідності)
КВНП	- креслення та технічні характеристики окремих видів (на вимогу)	- інформація про технічні характеристики придбаних матеріалів та комплектуючих з метою погодження (по мірі готовності інформації)
Канцелярія	- вхідна інформація для відділу (по мірі надходження)	- пакет документів, листів тощо для відповідного оформлення та за необхідності розсилки (на вимогу)
Відділ кадрів		- графік відпусток (щорічно)

Начальник відділу має право:

- подавати на розгляд дирекції пропозиції з питань наймання, звільнення й переміщення працівників відділу, а також на їхнє заохочення й накладення стягнень;
- бути представником в організаціях всіх форм власності в рамках

повноважень;

- вести переписку за своїм підписом і підписувати документи у межах своєї компетенції з питань закріпленої за відділом діяльності.

Начальник відділу відповідає за діяльність відділу в цілому, у тому числі за:

- неналежне виконання задач і функцій, покладених на відділ, і своїх обов'язків;

- невиконання у встановлений термін заходів, передбачених планами;

- вживання до винуватців заходів дисциплінарного або іншого впливу в частині, що стосується компетенції відділу;

- невиконання вимог вказаних у документах системи менеджменту якості;

- низьку виконавчу й трудову дисципліну;

- недотримання правил і норм охорони праці й пожежної безпеки.

Відповідальність інших працівників відділу встановлюється їхніми посадовими інструкціями, розробленими у встановленому порядку. [3]

Діяльність відділу ЗЕД регламентується наступними документами:

- організаційно-розпорядчими документами на підприємстві;

- діючими документами системи менеджменту якості;

- інструкціями з охорони праці;

- положенням про відділ;

- Митним кодексом України;

- збірником комерційних термінів «ІНКМТЕРМС»;

- законодавством України.

Здійснимо дослідження основних аспектів діяльності менеджера ЗЕД компанії ТОВ «Недекс-Україна».

Менеджер із зовнішньоекономічної діяльності розробляє пропозиції й заходи щодо розвитку зовнішньоекономічних зв'язків. Він підпорядковується безпосередньо начальнику відділу ЗЕД та керується у своїй діяльності наступними нормативними документами:

- законами України, наказами, директивними й організаційно-розпорядчими документами Товариства, постановами вищих організацій і Товариства;

- положенням про відділ;

- правилами внутрішнього трудового розпорядку, охорони праці й техніки безпеки;

- посадовою інструкцією.

До обов'язків менеджера ЗЕД входить:

- підготовка та участь у переговорах з фірмами;

- організація роботи зі збільшення обсягу імпорتنих поставок;

- ведення діловодства й звітності із всіх питань зовнішньоекономічної діяльності;

- участь в укладанні контрактів, проведення аналізу пропонованих партнерами умов контрактів з метою такого їхнього формулювання, при якому забезпечується максимальна ефективність контракту, та ризики зводяться до мінімального рівня;

- контроль за виконанням контрактів із зовнішньоторговельними організаціями з постачання імпоротної продукції;

- оформлення необхідних документів при імпорті продукції в інших установах (банк, Торгово-промислова палата, карантинний нагляд тощо);

- участь у реалізації політики підприємства в області системи менеджменту якості (відповідно до закріпленого за підрозділом діяльності);

- участь у розробці коригувальних і попереджуючих дій за результатами перевірок системи менеджменту якості, сприяння їх реалізації (відповідно до закріпленої за підрозділом діяльності).

Менеджер ЗЕД має наступні права:

- вимагати від керівників підрозділів надання інформації, необхідної для здійснення робіт із ЗЕД;

- вносити на розгляд керівництва пропозиції з вдосконалення роботи, пов'язаної із ЗЕД;

- вимагати від керівництва підприємства сприяння у виконанні ним його посадових обов'язків і прав;

- вносити пропозиції із вдосконалення системи менеджменту якості. [4]

Фахівець із зовнішньоекономічних зв'язків відповідає за:

- порядок і умови укладання й виконання контрактів;
- вдосконалення знань і набуття передового досвіду в організації зовнішньоекономічної діяльності;

- якість і своєчасність виконання покладених на нього даною посадовою інструкцією обов'язків;

- виконання вимог документів системи менеджменту якості.

Фахівець із зовнішньоекономічних зв'язків повинен знати:

- нормативні правові акти, що регулюють зовнішньоекономічну й господарську діяльність, методичні, нормативні й інші керівні матеріали з питань організації ЗЕД;

- комерційну й рекламну діяльність Товариства;

- Митний кодекс України, закони України, що регламентують ЗЕД;

- основи трудового законодавства України;

- політику підприємства в сфері якості;

- вимоги стандартів СТБ ІСО 9001;

- систему міжнародних комерційних термінів «ИНКОМТЕРМС».

Згідно зі статутом підприємство ТОВ «Недекс - Україна» є виробничим підприємством, що здійснює як експортні, так і імпорتنі операції. Підприємство співпрацює широким колом іноземних партнерів.

У таблиці 2.3 наведено дані щодо обсягів постачань продукції виробництва ТОВ «Недекс - Україна» зарубіжним споживачам. Основними зарубіжними споживачами продукції компанії ТОВ «Недекс-Україна» є підприємства, що працюють у будівельній та хімічній галузях Вірменії, Азербайджану, Білорусі, Казахстану та Угорщини. Найбільшими споживачами є такі компанії, як ТОВ "Модуль", ТОВ "ЕКОН", ТОВ "ЮНІТРЕЙД", ТОВ "VBN", ТОВ "Стальінвестгруп" та інші.

Таблиця 2.3 - Експортні постачання молекулярного сита виробництва ТОВ «Недекс - Україна» у 2021 році

Замовник	Країна постачання	Обсяг постачань за рік, т	Ціна за кг, євро	Умови постачань
ООО "Модуль"	Азербайджан	240	0,850,78	DAF Одеса
ООО "ЭКОН"	Вірменія	220	1,0	СРТ Одеса
ООО "ЮНИТРЕЙД"	Молдова	460	0,83/0,93	FCA Запоріжжя
ТОО "VBN"	Казахстан	120	0,85	FCA Запоріжжя
ООО "Стальинвестгруп"	Білорусь	200	0,9	FCA Запоріжжя
ООО "Макрофлекс"	Азербайджан	200	0,96	DDU Миколаїв
ООО "ФБХ Бел"	Білорусь	200	0,88	FCA Запоріжжя
ЧУП "Артек Гмбх"	Білорусь		0,83	FCA Запоріжжя
ООО "ТБМ Бел"	Білорусь	200	0,83	FCA Запоріжжя
ООО "МСКВ"	Азербайджан	200	0,9/1,02	DDU Оболенськ
Juillich Glas Holding	Угорщина	180	0,85/0,92	DDU Székesfehérvár
ООО "Винктех"	Білорусь	150	0,88/0,9	FCA Запоріжжя
ООО "Витек"	Азербайджан	120	0,77	DDU Миколаїв

Компанія має чималий досвід роботи на зарубіжних ринках, при цьому сформувалися тісні взаємовигідні контакти з основними споживачами її продукції. Умови постачань продукції є вигідними як для ТОВ «Недекс-Україна», так і для її зарубіжних партнерів. На даному етапі розвитку своєї зовнішньоекономічної діяльності компанія ТОВ «Недекс-Україна» ставить за стратегічну мету вихід на ринки Молдови та країн ЄС.

Таким чином, до провідних країн, що є споживачами продукції виробництва ТОВ «Недекс-Україна», до яких дане підприємство експортує виготовлену продукцію, належать: Казахстан, Азербайджан, Білорусь. Найбільша частка експорту (близько 83%) припадає на країни СНД.

Роботою з іноземними партнерами займається відділ зовнішньоекономічної діяльності, а також відділ збуту підприємства.

У таблиці 2.4 наведено дані відносно динаміки обсягів реалізації продукції ТОВ «Недекс-Україна» у 2021 році.

Таблиця 2.4 - Щоквартальний обсяг реалізації продукції ТОВ «Недекс - Україна» у 2021 р., євро.

Назва продукції	I квартал	II квартал	III квартал	IV квартал
Молекулярні сита	552675	476075	550285	463625
Полісульфід	242027	190069	141363	207242
Бутил	411,2	24	1080,4	458,8
Рамка	165750	50700	34974	24
Інші	14650	6000	62218	67995

До основних функцій відділу зовнішньоекономічної діяльності можна віднести наступні.

1. Аналіз результативності й перспективності існуючих договірних відносин з вітчизняними й закордонними партнерами.
2. Аналітична робота з пошуку нових форм роботи, нових партнерів, що сприяє підвищенню ефективності торговельних операцій.
3. Проведення комплексної оцінки інформації щодо надійності і фінансового стану торговельних партнерів.
4. Організація роботи з укладання та виконання договірних угод з постачальниками матеріалів і комплектуючих.
5. Аналіз і підвищення ефективності торговельних операцій.
6. Обробка комерційних пропозицій постачальників, підготовка висновків відносно доцільності їх прийняття.
7. Вивчення й використання досвіду роботи фірм і організацій при проведенні комерційних справ на внутрішньому й зовнішньому ринках.
8. Організація участі у виставках, семінарах, конференціях, що мають відношення до торгівлі матеріалами які цікавлять Товариство, підготовка документів і матеріалів, необхідних для такої участі.
9. Контроль і виконання договорів з торговельними організаціями щодо поставок продукції.
10. Реалізація політики в області якості, відповідно до закріпленої за відділом діяльності.

11.Розробка, впровадження, контроль функціонування й удосконалення документів системи менеджменту якості відповідно до закріпленої за відділом діяльності.

12. Участь в аналізі й оцінці результативності системи менеджменту якості.

13.Ведення діловодства зі всіх питань торгово-закупівельної діяльності ТОВ «Недекс-Україна».

При здійсненні експортних операцій проводиться оформлення належної документації. До комплекту документів, що надаються при відвантаженні продукції входять: договір про купівлю товару, рахунок-фактура, специфікації до кожного виду виробів, що відвантажуються, сертифікат про походження продукції, отриманий у Торгово-промисловій палаті, та митна декларація.

Підготовку документів здійснюють спеціалісти відділу збуту, а також відділу закупівель та зовнішньоекономічної діяльності. Підприємство напряму співпрацює з митними органами. Оформленням митних документів займається менеджер ЗЕД. Підготовка митних документів здійснюється за допомогою комп'ютерної програми QV Professional, яка надає доступ до усіх необхідних даних як всередині підприємства, так і до інформації, що стосується законодавства у сфері митних відносин, зокрема, містить інформацію про зміни у законах, а також усю інформацію, яка стосується митних документів.

Працівники відділу збуту оформлюють документи у Торгово-промисловій палаті. Для кожної партії товару, що відвантажуються покупцеві, необхідно отримати сертифікат про походження продукції, який є одним із супроводжувальних документів. Для його отримання до Торгово-промислової палати надаються документи, що засвідчують якість отриманих матеріалів для виготовлення продукції, висновки про якість виготовленої продукції, сертифікати якості. Після цього підприємству видається сертифікат про походження продукції.

Пандемія коронавірусу спричинила суттєве зменшення обсягів збуту продукції представленої на ринку компанією ТОВ «Недекс-Україна». Це

призвело до збільшення залишків нереалізованої продукції на складах, погіршення фінансового стану компанії ТОВ «Недекс-Україна». Наслідки падіння попиту на продукцію підприємства на внутрішніх та зовнішніх ринках відчущуються ще й сьогодні. Так, сумарні обсяги залишків на складах становили - в 2021 році близько 300 тис. грн, що за фактичного середньомісячного рівня реалізації в 2021 році створює запаси більше ніж на сім місяців. Тільки щодо таких товарів як полісульфід та бутил запаси становлять трохи менше місячного обсягу реалізації. За такими асортиментними групами, як рамки, залишки дорівнюють півторарічному обсягу реалізації.

Середньорічні темпи зміни реалізації продукції та приросту можна розрахувати за середньгеометричною або середньоарифметичною ваговою.

Визначимо його за середньгеометричною (щодо виробу молекулярні сита): $\bar{T} = \sqrt[n]{T_1 \cdot T_2 \cdot T_3} = \sqrt{1,0 \cdot 0,64 \cdot 0,78} = 0,70$; $\bar{T} = 70-100 = - 30\%$, тобто середньорічний темп зниження реалізації продукції дорівнює 30%.

Таблиця 2.5 - Динаміка реалізації основних видів продукції ТОВ «Недекс-Україна» на вітчизняному ринку у діючих цінах

Вироби	Обсяг реалізації продукції, тис. грн			Темпи зростання (зниження), %			
	рік			базисні		ланцюгові	
	2019	2020	2021	2020 до 2019	2021 до 2019	2020 до 2019	2021 до 2020
Молекулярні сита	552,2	338,1	263,9	64,7	50,5	64,7	78,0
Полісульфід KU83	343,8	228,3	121,2	66,4	35,2	66,4	53,0
Бутил	47,1	10,3	2,7	21,8	5,7	21,8	26,2
Рамка	7,3	7,0	—	—	—	—	—
Силікон АС-13	320,0	132,8	63,0	41,5	19,7	41,5	47,4
Силікон МВ-21	3,0	4,5	3,1	150,0	103,3	150,0	68,8
Силікон РК-302	399,6	885,8	20,6	221,6	5,2	221,6	2,3
Полісульфід KU83Н	5,8	6,5	1,9	112,0	32,8	112,0	29,2
Полісульфід KU83В	346,2	132,9	26,1	38,3	7,5	38,3	19,6

Оцінка виконання прогнозу реалізації продукції за звітний період

(місяць, квартал, рік) проводиться за даними табл. 2.6.

Як бачимо з табл. 2.6, загальна тенденція зниження обсягів реалізації збереглася і в січні-лютому 2022 року. Це призвело до погіршення фінансового стану компанії. Для прийняття управлінських рішень потрібно зробити аналіз причин відхилень фактичних даних від прогнозних.

Таблиця 2.6 - Аналіз виконання плану реалізації продукції підприємством ТОВ «Недекс-Україна» за січень 2022 року

Виріб	Реалізація продукції, тис. шт.			
	план	факт	відхилення (±)	% до плану
Молекулярне сито	237,0	76,4	- 160,6	-67,5
Полісульфід KU83	2926,5	352,3	-2573,95	-87,6
Полісульфід KU83Н	2,829	1,486	- 1,343	-47,4
Полісульфід KU83В	2,179	1,770	- 0,409	-18,7

Оперативний аналіз реалізації продукції здійснюється на підставі розрахунку, в якому відображаються планові та фактичні відомості про відвантаження продукції за обсягом, асортиментом за день, наростаючим підсумком з початку місяця, а також відхилення від плану (табл. 2.7).

Таблиця 2.7 - Оперативний аналіз виконання плану реалізації продукції, т.

Продукція	План		02.01.2022 р.				03.01.2022
	на добу	на місяць	план з початку місяця	фактичний обсяг		відхилення від плану	
				за добу	з початку місяця		
Молекулярне сито відвантаження	3,2	79	3,2	—	—	—	
Полісульфід KU83 відвантаження	40,6	975,5	40,6	38,6	38,6	-2,0	

Розрахуємо виконання плану поставок за місяць та наростаючим підсумком у цілому по підприємству щодо окремих споживачів та видів продукції (табл. 2.8).

Таблиця 2.8 - Аналіз виконання договірних зобов'язань з відвантаження продукції ТОВ «Недекс-Україна» за січень, т.

Виріб	Споживач	План поставки за договором	Фактично відвантажено	Недопоставка продукції	Заліковий обсяг у межах плану
Молекулярне сито відвантаження	ООО "МСКВ", Азербайджан	254250	254240	-10	254240
Полісульфід КУ83 відвантаження	Juillich Glas Holding, Угорщина	8920 1916	8800 000	-120	8800 1916
Усього		18 000	12 600	-5400	12 600

З табл. 2.8 видно, що за звітний місяць недопоставлено продукції за договорами в кількості 5400 кг., або на 30 %.

Як показав аналіз, відхилення від договірних зобов'язань пов'язане з величиною партії, недостатньою кількістю транспортних засобів, різними технологічними особливостями вантажопереробки, але головні причини полягають у відмові контрагентів від продукції ТОВ «Недекс-Україна», через зменшення конкурентоспроможності продукції підприємства, через демпінгову цінову політику конкурентів, а також скорочення обсягів виробництва підприємствами-споживачами тощо.

Здійснимо дослідження рівня цін на продукцію підприємства ТОВ «Недекс-Україна» у порівнянні з цінами конкурентів. Відносно цінової політики ТОВ «Недекс-Україна» слід відзначити наступне:

а) керівництво ТОВ «Недекс-Україна» визначило цілі фірми та цінову політику, враховуючи те, що в умовах кризи головною метою на цьому етапі мало б бути не одержання високого прибутку, а виживання підприємства або

отримання належної йому частки ринку;

б) 40 % продукції компанії, що виробляються в ТОВ «Недекс-Україна» за умовами поставки Ex Works, дорожчі, ніж у конкурентів, що пов'язано з її високою якістю;

в) цінову політику орієнтовано на витрати виробництва, тобто ціна встановлювалася з урахуванням витрат та певного відсотка прибутку. Відтак витрати на одиницю продукції за скорочення обсягів реалізації зростають;

г) ТОВ «Недекс-Україна» не має чіткої політики ціноутворення на випадок зміни цін конкурентами передовсім на зовнішніх ринках.

д) Визначаючи ціни, ТОВ «Недекс-Україна» потрібно враховувати життєвий цикл власних виробів.

Основними каналами збуту товарів ТОВ «Недекс-Україна» є оптові компанії, роздрібні торгівельні організації, промислові підприємства.

Таким чином, можна вважати, що погіршення економічного стану ТОВ «Недекс-Україна» на сучасному етапі обумовлене наслідками кризи, що суттєво вплинула на місткість основних ринків збуту.

2.2 Дослідження конкурентоспроможності продукції ТОВ «Недекс-Україна» на вітчизняному та міжнародному ринках

У цьому розділі ми проведемо аналіз конкурентоспроможності комплектуючих для склопакетів виробництва ТОВ «Недекс» на вітчизняному ринку – молекулярних сит.

При оцінці конкурентоспроможності товару застосовуються наступні методи: альтернативний, диференціальний, комплексний, змішаний.

Методично облік нормативних параметрів при оцінці конкурентоспроможності може бути забезпечений шляхом використання альтернативного методу. Він здійснюється за допомогою введення спеціального показника, що приймає лише два значення - 1 чи 0. Якщо товар відповідає обов'язковим нормам і стандартам, то цей показник дорівнює 1,

якщо ні - то 0. Груповий показник по всій масі нормативних параметрів являє собою добуток одиничних показників по кожному з них. Таким чином, якщо хоча б один з одиничних показників дорівнює 0 (тобто виріб по будь-якому параметру не відповідає обов'язковій нормі), то груповий показник також дорівнює 0, що говорить про не конкурентоспроможність даного товару на розглянутому ринку. [14]

Розглянемо диференціальний метод оцінки конкурентоспроможності. З технічними параметрами виробу пов'язаний перший крок споживача до його покупки. Він буде зроблений, якщо аналіз параметрів виробу показує, що останнє задовольняє існуючі потреби покупця і принесе йому необхідний корисний ефект. Якщо не всі параметри виробу відповідають вимогам покупця, це означає його не конкурентоспроможність стосовно даного споживача. У такому випадку останній звертається до інших конкуруючих виробів. По величині технічного параметра споживач оцінює, наскільки властивість виробу, представлена даним параметром, задовольняє відповідний елемент його потреби. Це можна виразити в кількісній формі як відсоткове відношення величини зазначеного параметра до величини того ж параметра, при якій потреба задовольняється цілком. Отриманий показник може бути названий одиничним параметричним показником:

$$q_i = p_i/p_{i100} \times 100\%, \quad (2.1)$$

де q_i - одиничний параметричний показник по i -му параметру;

p_i - величина i -го параметра для аналізованого виробу;

p_{i100} - величина i -го параметра, при якому потреба задовольняється цілком.

Проаналізуємо комплексний метод оцінки конкурентоспроможності. Цей метод ґрунтується на використанні групового показника.

Для одержання на базі одиничних показників групового показника, що характеризує відповідність виробу даної потреби, необхідно їх об'єднати із

врахуванням значимості (ваги) кожного одиничного показника в загальному наборі:

$$I_{т.п.} = q_1 \times a_1 + q_2 \times a_2 + \dots + q_n \times a_n \quad (2.2)$$

де $I_{т.п.}$ - груповий параметричний показник по технічних параметрах;

q_i - одиничний параметричний показник по i -му технічному параметру;

a_i - вагомість i -го параметра в загальному наборі з n технічних параметрів, що характеризують потребу;

n - число параметрів, та оцінюються [14].

Отриманий груповий показник $I_{т.п.}$ характеризує ступінь відповідності даного товару існуючій потребі по всьому набору технічних параметрів.

Приведені одиничні і групові показники, які відображають ступінь задоволення потреби за допомогою даного товару, ще не дають можливості з'ясувати рівень його конкурентоспроможності. Для цього необхідно зіставити показники аналізованого товару і товару конкурента, і на базі такого порівняння визначити, який з них у більшому ступені відповідає конкретній потребі. Тоді

$$K_{т.п.} = I_{т.п.1} / I_{т.п.2} \quad (2.3)$$

де $K_{т.п.}$ - показник конкурентоспроможності товару стосовно виробу-конкурента по технічних параметрах;

$I_{т.п.1}$ - груповий показник для товару 1, що відображає ступінь його відповідності конкретній потребі;

$I_{т.п.2}$ - груповий показник для товару 2 (конкурента), що відображає ступінь його відповідності тій самій потребі [15].

Однак тут є особливості, пов'язані з тим, що зіставлення всіх економічних показників відбувається на вартісній основі. Власне кажучи проблема полягає в тому, щоб встановити різницю в цінах споживання

аналізованого виробу і зразка, що може бути визначена у виді відсоткового відношення параметрів товарів, що зіставляються. Оскільки в даному випадку порівнюються ціни споживання, отриманий показник прийме наступний вигляд:

$$I_{\text{е.п.}} = C/C_0 \quad (2.4)$$

де $I_{\text{е.п.}}$ - показник по економічним параметрам (ціні споживання); C - ціна споживання аналізованого виробу; C_0 - ціна споживання товару-зразка [18].

Змішаний метод аналізу конкурентоспроможності здійснюється за допомогою розрахунку інтегрального показника [19].

На основі групових показників по нормативних, технічних і економічних параметрах будується інтегральний показник конкурентоспроможності аналізованого виробу стосовно зразка:

$$ДО = I_{\text{н.п.}} \times I_{\text{т.п.}} / I_{\text{е.п.}} \quad (2.5)$$

де ДО - інтегральний показник конкурентоспроможності розглянутого виробу стосовно зразка;

$I_{\text{н.п.}}$ - груповий показник по нормативним параметрам;

$I_{\text{т.п.}}$ - груповий показник по технічним параметрам;

$I_{\text{е.п.}}$ - груповий показник по економічним параметрам.

За змістом цей показник відображає розходження між порівнюваною продукцією в споживчому ефекті, що приходить на одиницю витрат покупця по придбанню і використанню виробу. Якщо $ДО < 1$, то розглянутий товар уступає зразку по конкурентоспроможності; якщо $ДО > 1$, то - перевершує; при рівній конкурентоспроможності $ДО = 1$ - то розглянутий товар такий, як зразок. Якщо аналіз проводиться по декількох зразках, то інтегральний показник конкурентоспроможності виробу щодо обраної групи аналогів може бути побудований як середньозважена показників по кожному окремому

зразку.

З розгляду інтегрального показника конкурентоспроможності видно, що при повному збігу технічних параметрів декількох виробів найбільш конкурентноздатним буде той з них, у якого ціна споживання (і відповідно груповий показник по економічних параметрах $I_{e.п.}$) мінімальна. [12]

Вибір молекулярного сита як об'єкта дослідження обумовлений тим, що він є основною позицією товарного асортименту компанії.

Здійснимо дослідження технічних характеристик товару, які необхідні для розрахунку його конкурентоспроможності. Молекулярне сито в основному підрозділяється на три фракції: дрібне 0,5-0,9 мм, середнє 1,0-1,5 мм, велике 1,6-2,0 мм. Дрібне випускається як в коробках по 25 кг, так і у бочках по 150 кг. Велике і середнє сита реалізується тільки в коробках.

Сито розрізняється також по розмірах пори гранул: 3А, 4А, 10А, але тільки гранули з діаметром пір 3 ангстрема можуть використовуватися в ізоляції склопакетів. Величина пір у них більша, ніж молекула води, але менше розміру молекул аргону, азоту і кисню. Таким чином, це сито поглинає тільки вологу, залишаючи повітря усередині склопакету. Користуючись схожістю між ситом 3А і дешевшим 4А, недоброякісні постачальники можуть здійснювати реалізацію сита 4А, що загрожує потім рекламаціями від клієнтів, в результаті чого можливий прогин склопакета у внутрішні або зовнішні сторони.

Існують стандарти якісних показників сита, що включають: міцність на розчавлювання (важлива при гнучких рамках), поглинання вологи, пилоутворення, насипна щільність (кількісний показник, відображає економію матеріалів), Дельта-Т-тест, адсорбція повітря і десорбція газу. Важливо, щоб ці показники відповідали стандартам, тільки тоді склопакет вважається якісним і може пройти сертифікацію.

Зараз на ринку сита представлено багато низькоякісних підробок як європейського, так і азійського походження. Найчастішим недоліком виявляється підвищена порохнявість сита. Особливо цим відрізняється дрібне сито у бочках. В процесі доставки воно більше схильне до тертя і при засипці в

автоматичній лінії утворює велику кількість пилу. Іншим результатом вживання неякісного сита може стати запітніння усередині склопакета. Це відбувається, коли температура поверхні скла менша, ніж "точка роси" між двома шарами скла. Точка роси - це температура, до якої повинне охолотитися повітря при цьому тиску для того, щоб пара, що міститься в ній, досягла насичення і почала конденсуватися, тобто з'явилася роса.

Чим нижчою є концентрація водяної пари, тим нижче "точка роси", і тим менше можливості для «запітніння» склопакета. Концентрацію водяної пари необхідно контролювати. Для цього й використовується молекулярне сито. Воно поглинає вологу з повітряного простору і "точка роси" повітря падає до низького значення.

Молекулярне сито є сумішшю синтетичного цеоліту, натуральних вологопоглиначів і єднальних речовин з дуже низькою здатністю десорбції газу і дуже високою здатністю адсорбції води. Хімічна будова молекулярного сита дозволяє адсорбувати з навколишнього простору тільки молекули води з діаметром 2,8 А, а інші молекули, що містяться в повітрі, а саме азот, кисень та аргон не адсорбуються. Завдяки цій властивості воно і дістало "назву молекулярне сито".

Таким чином, основними характеристиками молекулярного сита Недекс є:

- висока адсорбційна здатність при низькій швидкості десорбції;
- вологоємність;
- щільність і твердість поверхні гранул;
- вміст пилу.

У таблиці 2.9 наведено дані для аналізу основних характеристик молекулярних сит «Недекс», а також аналогічної продукції виробництва, що є головним конкурентом цих молекулярних сит на вітчизняному ринку ZEOLAN.

Коефіцієнт конкурентоспроможності (K_T) обчислюємо за формулою[2]:

$$K_m = \frac{\sum \alpha_i \cdot \frac{N_i}{N'_i}}{\frac{\text{Ціна}N}{\text{Ціна}N^1}}, \quad (2.6)$$

де N_1, N_2, \dots, N_i - характеристики досліджуваного товару;

$N_{1j}, N_{2j}, \dots, N_{ij}$ - характеристики товару конкурента;

α - коефіцієнт корисності фактора для споживача;

N – досліджуваний товар; N' – товар-аналог.

Таблиця 2.9 - Аналіз основних характеристик молекулярних сит «Недекс» та ZEOLAN

Виробники	Адсорбційна здатність, %.	Швидкості десорбції, %/год.	Насипна щільність, г/дм ³ .	Грануляція, А	ДЕЛЬТА-Т, С	Вміст пилу, %.	Щільність поверхні гранул, г/дм ³	Твердість поверхні гранул, грАг/м2	Ціна, євро/кг.
Молекулярні сита Недекс	3	8	35	10	20	1,5	14	29	21
Молекулярні сита ZEOLAN	2,5	9	40	12	20	3,0	14	29	20,48

Визначимо відносну оцінку цих характеристик молекулярних сит виробництва ТОВ «Недекс-Україна» відносно аналогічної продукції торгівельної марки ZEOLAN. Для цього знаходимо відношення характеристики досліджуваної моделі до характеристик моделі – аналогу у випадку, якщо з зростанням характеристики споживча цінність молекулярного сита для споживача зростає. Якщо має місце зворотна тенденція, тобто з збільшенням кількісного значення характеристики її споживча цінність зменшується, знаходимо обернене відношення.

Значення бальних характеристик, наведених у таблиці 2.10, відповідають бальним оцінкам споживчих якостей молекулярних сит, що визначені експертами – спеціалістами будівельної галузі.

Для подальшого розрахунку інтегрального показника конкурентоспроможності необхідно вибрати модель для обчислення. У якості такої моделі виберемо найчастіше уживану формулу розрахунку інтегрального показника конкурентоспроможності.

Здійснимо розрахунок відносних якісних показників

конкурентоспроможності молекулярних сит ТОВ «Недекс-Україна» відносно аналогу ZEOLAN.

Таблиця 2.10 - Бальні оцінки споживчих якостей молекулярних сит та їх значимість для споживачів

Виробники	Адсорбційна здатність, %.	Швидкості десорбції, %/год.	Насипна щільність, г/дм ³ .	Грануляція, А	ДЕЛЬТА-Т, С	Вміст пилу, %.	Щільність поверхні гранул, г/дм ³	Твердість поверхні гранул, грАг/м2
Корисність кожного фактора для споживача, %	25	10	5	5	30	15	7	3
α	0,25	0,1	0,05	0,05	0,3	0,15	0,07	0,03

Для обчислення корисного ефекту від споживання товару E_k використаємо середньозважену оцінку відносних якісних показників конкурентоспроможності:

Якщо $K_T < 1$, то розглянутий товар поступається товару-конкуренту по конкурентоспроможності; якщо $K_T > 1$, то - перевершує; при рівній конкурентоспроможності $K_T = 1$, - то розглянутий товар такий, як товар-конкурент.

Таблиця 2.11 - Відносні якісні показники конкурентоспроможності

Виробники	Адсорбційна здатність, %.	Швидкості десорбції, %/год.	Насипна щільність, г/дм ³ .	Грануляція, А	ДЕЛЬТА-Т, С	Вміст пилу, %.	Щільність поверхні гранул, г/дм ³	Твердість поверхні гранул, грАг/м2
Корисність кожного фактора для споживача, %	1,20	0,89	0,88	0,83	1,00	2,00	1,00	1,20
α	0,25	0,1	0,05	0,05	0,3	0,15	0,07	0,03

$$K_T = (0,25*3/2,5+0,1*8/9+0,05*35/40+0,05*10/12+0,3*20/20+0,15*3/1,5+0,07+0,03)/(21/20,48) = 0,855$$

Графічною інтерпретацією відносних якісних показників конкурентоспроможності молекулярних сит ТОВ «Недекс-Україна» відносно аналогу ZEOLAN є діаграма конкурентоспроможності, наведена на рис. 2.2.

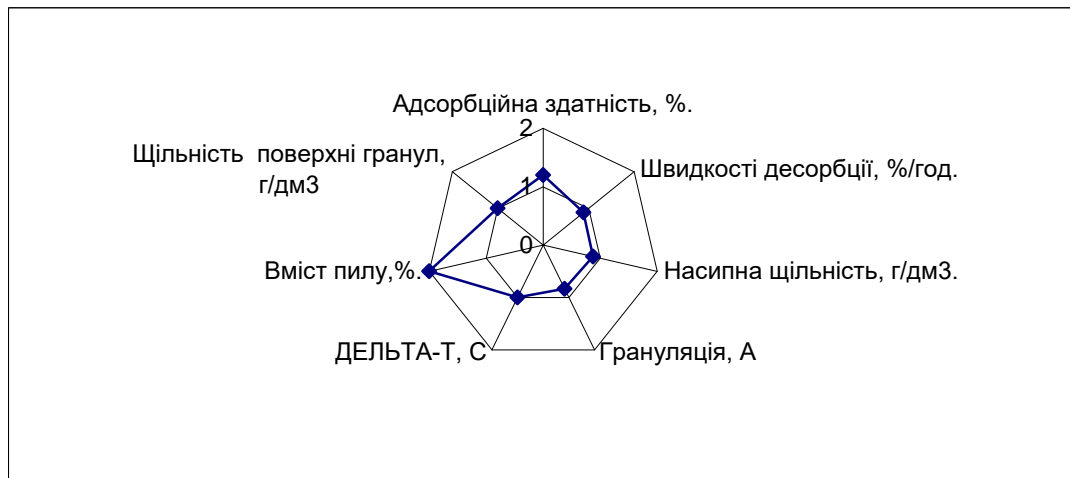


Рис. 2.2 Діаграма конкурентоспроможності молекулярних сит ТОВ «Недекс-Україна» відносно аналогу ZEOLAN

Провівши аналіз двох молекулярних сит, представлених на вітчизняному ринку, які за своїми властивостями та ціною категорією орієнтовані на споживача одного класу ми встановили, що показник конкурентоспроможності (K_T) не перевищує одиниці. Тому ми можемо зробити висновок, що молекулярне сито торгівельної марки „Недекс" менш конкурентоспроможне в порівнянні з аналогічним від торгівельної марки „ZEOLAN".

Здійснимо також порівняльне дослідження конкурентоспроможності значущого товару з асортименту компанії «Недекс» - полісульфідного герметика, який підходить до будь-яких типів устаткування, відмінно зарекомендував себе на автоматизованих лініях, екструдерах, роботах, а також в ручному виробництві. Герметики компанії «Недекс» мають сертифікати найбільших європейських випробувальних лабораторій : IFT Розенхайм, Tuv - Sud Німеччина та офіційно схвалені до використання виробниками устаткування.

До основних характеристик полісульфідного герметика «Недекс» відносяться:

- стабільність параметрів при експлуатації і зберіганні;
- тривалий термін експлуатації, враховуючи характеристики в'язкості;
- стійкість до дії ультрафіолету, озону і агресивних середовищ;

- мінімальний рівень проникнення пари і газів.

Таблиця 2.12 - Аналіз конкурентоспроможності полісульфідних герметиків «Недекс» та FTS-ast на азербайджанському ринку

Виробники	Консистенція, г/м ³	Твердість по шару, дін	Рівень проникності аргону, г/(24ч*м2)	Адгезія скло-скло, хв..	Наявність сертифікатів, од	Стабільність параметрів при експлуатації, бал	Стійкість до ультрафіолету, KU	Ціна, євро.
Полісульфідний герметик Недекс	1,3	40.5	2,8	5	2	8	24	126.40
Полісульфідний герметик FTS-ast	1,2	38.8	3,2	10	1	6	32	118.80
Корисність кожного фактора для споживача,%	25	15	5	5	15	20	15	
A	0,25	0,15	0,05	0,05	0,15	0,2	0,15	

При роботі з полісульфідними герметиками «Недекс» слід дотримуватися рекомендованого температурного режиму. Швидкість реакції затвердіння залежить від температури середовища і герметика. Цей чинник повинен враховуватися в холодну пору року, і герметик перед використанням слід прогрівати до робочої температури.

Дані для аналізу конкурентоспроможності полісульфідних герметиків «Недекс» та його основного конкурента на азербайджанському ринку – FTS-ast наведені у таблиці 2.12.

$$K_T = (0,25 * 1,3 / 1,2 + 0,15 * 40,5 / 38,8 + 0,05 * 3,2 / 2,8 + 0,05 * 10 / 5 + 0,15 * 2 / 1 + 0,2 * 8 / 6 + 0,15 * 24 / 32) / (126,4 / 118,8) = 1,165 / 1,064 = 1,095$$

Таким чином, здійснене дослідження свідчить, що полісульфідний герметик «Недекс» є більш конкурентоспроможним за герметик FTS-ast на азербайджанському ринку.

З приведеного вище розрахунку ми бачимо, що показник конкурентоспроможності дорівнює 1,095, що 0,095 вище 1 і тому можна зробити наступні висновки:

1) що полісульфідний герметик «Недекс» за своїм технічним характеристикам та ціною є більш конкурентоспроможний ніж його аналог виробництва „ FTS-ast”;

2) на азербайджанському ринку полісульфідний герметик «Недекс» має

більш сприятливі перспективи ніж інші.

Отже, виконане дослідження стверджує, що компанія ТОВ «Недекс-Україна» має суттєві резерви для підвищення конкурентоспроможності своєї продукції як на українському, так і на зарубіжних ринках. В першу чергу, вони пов'язані з вдосконаленням цінової та товарної політики даного підприємства.

2.3 Комплексний підхід до підвищення конкурентоспроможності продукції ТОВ «Недекс-Україна» на міжнародному та вітчизняному ринку

Підвищення ефективності зовнішньоекономічної стратегії компанії ТОВ «Недекс-Україна» на міжнародному ринку може бути досягнуте за рахунок вдосконалення стратегії управління якістю експортної продукції. Вдосконалена стратегія управління якістю продукції повинна надавати можливість знайти пріоритетні способи досягнення конкурентних переваг на ринках збуту будівельної продукції.

Розробка цієї вдосконаленої стратегії повинна проходити такі етапи:

- експортна орієнтація в товарній політиці підприємства;
- розробка й впровадження комплексної системи управління якістю;
- атестація всього виробництва на відповідність вимогам міжнародних стандартів якості;
- створення й освоєння принципово нової конкурентоспроможної продукції підприємства ТОВ «Недекс-Україна»;
- забезпечення тривалості життєвого циклу раніше освоєних видів продукції підприємства, в тому числі нових модифікацій комплектуючих для склопакетів;
- технічне переозброєння й модернізація виробництва, впровадження нових прогресивних технологічних процесів;
- активізація інвестиційної та інноваційної діяльності підприємства.

Якщо компанія ТОВ «Недекс-Україна» прагне підтримувати темпи свого розвитку й досягти розширення ринків збуту, то воно повинне постійно

підключатися про те, щоб додавати до набору основних видів діяльності нові й відкидати ті, які не відповідають стратегічним цілям підприємства.

В умовах зростаючої складності господарського механізму діяльності, нездатність підприємств бути на рівні сучасних наукових досягнень, невміння гнучко адаптуватися до вимог ринку, загрожує тим, що ринкові позиції підприємства будуть постійно піддаватися небезпеці з боку технологічно передових конкурентів. це є особливо актуальним в умовах підвищення цін на енергоносії, що при недосконалої технології виробництва комплектуючих для склопакетів ТОВ «Недекс-Україна» призводить до значного підвищення собівартості продукції та зниження її цінової конкурентоспроможності на міжнародному ринку.

Забезпечення тривалості життєвого циклу раніше освоєних видів продукції та створення нової конкурентоспроможної продукції потребують підвищених витрат на НДДКР, технічного переозброєння виробництва.

Для вітчизняних виробників, в тому числі й компанії ТОВ «Недекс-Україна», багато чого з названого досить важко реалізувати через дію наступних факторів:

- відсутність відтворення основних виробничих фондів;
- фінансову нестабільність;
- нестачу коштів у сфері реальної економіки;
- нестачу іноземних інвестицій, вкладених у виробництво, малий відсоток реінвестування.

З метою подолання інвестиційної кризи необхідно, щоб власні зусилля підприємства, що вживаються для збереження конкурентоспроможності продукції, підкріплювалися заходами з боку державних органів, зокрема в питаннях поживлення інвестування нововведень у перспективні напрями.

Для підвищення конкурентоспроможності підприємства «Недекс», як і інших вітчизняних підприємств середнього бізнесу важливо вдосконалювати їх систему оподаткування. Податкова політика повинна формуватися так, щоб вона стала елементом стимулювання інвестиційної та інноваційної

діяльності.

Тому ТОВ «Недекс-Україна» потрібно покладатися на власні сили, на вміння більш ефективно використовувати свої внутрішньовиробничі резерви, розширювати можливості технічного переозброєння й модернізації виробництва за рахунок власних внутрішніх джерел підприємства.

Випуск конкурентоспроможної продукції — головна вимога ринкової економіки. Якість продукції, включаючи новизну, технічний рівень виконання, відсутність дефектів, надійність в експлуатації є ключовим чинником утримання позицій на ринку, забезпечення максимального рівня продаж виробів. Основними напрямками підвищення якості можуть бути:

- глибокі підходи до вивчення потреб ринку;
- доскональна розробка проектів;
- якість повинно стати принципом роботи всіх структурах підприємства;
- система управління якістю повинна бути спрямована на запобігання дефектам і помилкам, а не на перевірку їхньої наявності;
- поліпшення рівня кваліфікації персоналу.

Концепція повного контролю якості як ключова складова усього виробничого процесу відповідає основній меті стратегічного управління підприємством, реалізації його місії. Тільки постійно підвищуючи якість продукції, додаючи їй нові, необхідні з урахуванням зміни кон'юнктури ринку властивості й характеристики й забезпечуючи одночасно зниження витрат на виробництво, можна сподіватися на одержання максимального прибутку.

Таким чином, підвищення рівня конкурентоспроможності продукції ТОВ «Недекс-Україна» повинне передбачати послідовне виконання таких етапів:

- створення системи обліку й аналізу відхилень (за видами і причинами дефектів, причинами відмов у процесі експлуатації в замовника, відхиленнями від фактичного виконання заданих режимів проектування й виробництва);
- створення системи відстеження параметрів, що впливають на якість продукції (матеріалів, устаткування, персоналу, умов праці);
- створення системи запобігання дефектам і забезпечення якості

продукції.

Модифікація ринкової стратегії «Недекс» відповідно до сучасних вимог до якості продукції на міжнародних ринках дозволить підвищити конкурентоспроможність компанії.

ВИСНОВКИ

Під конкурентоспроможністю товару розуміють комплекс споживчих і вартісних характеристик товару, що визначають його успіх на ринку, тобто рівень переваги саме цього товару над іншими в умовах широкої пропозиції конкуруючих товарів-аналогів. Вона визначається чотирма інтегральними показниками: якістю товару; його ціною; витратами на експлуатацію (застосування, використання) товару за його життєвий цикл; якістю сервісу товару.

Економічний механізм забезпечення конкурентоспроможності товару повинен бути орієнтованим на оптимізацію цінових і нецінових чинників його конкурентоспроможності.

Для оцінки конкурентоспроможності товару виробнику необхідно визначити внутрішню структуру двох основних факторів конкурентоспроможності: ціни (цінові параметри) і якості (нецінові параметри). Розрахувавши величини кожного параметра цих факторів і, вибравши певну стратегію, можна впливати на них, відносно підвищуючи показник конкурентоспроможності.

Об'єкт дослідження у даній роботі - підприємство ТОВ «Недекс - Україна» є відомим виробником хімічної продукції та комплектуючих для виробництва склопакетів. Основними товарними позиціями асортименту даної компанії є молекулярні сита, полісульфати, бутил, алюмінієві розпірки, а також компанія займається вдосконаленням теплоізоляційних технологій для житлових та виробничих приміщень. На основі технологій, розроблених у ТОВ «Недекс-Україна» щорічно виробляється близько 200.000.000 м² склопакетів.

ТОВ «Недекс - Україна» є виробничим підприємством, що здійснює як експортні, так і імпорتنі операції. Підприємство співпрацює широким колом іноземних партнерів. Основними зарубіжними споживачами продукції компанії ТОВ «Недекс-Україна» є підприємства, що працюють у будівельній та хімічній

галузях Азербайджану, Білорусі, Казахстану та Угорщини. Найбільшими споживачами є такі компанії, як ТОВ "Модуль", ТОВ "ЕКОН", ТОВ "ЮНІТРЕЙД", ТОВ "VBH", ТОВ "Стальінвестгруп" та інші. Компанія має чималий досвід роботи на зарубіжних ринках, при цьому сформувалися тісні взаємовигідні контакти з основними споживачами її продукції. Найбільша частка експорту (близько 83%) припадає на країни СНД. На даному етапі розвитку своєї зовнішньоекономічної діяльності компанія ТОВ «Недекс-Україна» ставить за стратегічну мету вихід на ринки Молдови та країн ЄС.

Криза спричинена наслідками пандемії коронавірусу спричинила суттєве зменшення обсягів збуту продукції представленої на ринку компанією ТОВ «Недекс-Україна», у зв'язку з чим перед підприємством постало невідкладне завдання підвищення рівня її конкурентоспроможності.

У роботі здійснено аналіз конкурентоспроможності комплектуючих для склопакетів виробництва ТОВ «Недекс» на вітчизняному ринку – молекулярних сит, а також іншого важливого товару з асортименту продукції - полісульфідного герметика. Для цього використані основні якісні та цінові характеристики молекулярних сит «Недекс», а також аналогічної продукції виробництва ZEOLAN, що є головним конкурентом цих молекулярних сит на вітчизняному ринку.

Провівши аналіз цих молекулярних сит, представлених на вітчизняному ринку, які за своїми властивостями та ціною категорією орієнтовані на споживача одного класу ми встановили, що показник конкурентоспроможності (Кт) не перевищує одиниці. Тому ми можемо зробити висновок, що молекулярне сито торгівельної марки „Недекс" менш конкурентоспроможне в порівнянні з аналогічним від торгівельної марки „ZEOLAN".

У роботі також здійснено порівняльне дослідження конкурентоспроможності значущого товару з асортименту компанії «Недекс» - полісульфідного герметика. Слід відзначити, що герметики компанії «Недекс» мають сертифікати найбільших європейських випробувальних лабораторій : IFT Розенхайм, Tuv - Sud Німеччина та офіційно схвалені до використання

виробниками устаткування. Здійснене дослідження свідчить, що полісульфідний герметик «Недекс» є більш конкурентоспроможним за герметик FTS-ast на азербайджанському ринку.

З приведеного у роботі розрахунку ми бачимо, що показник конкурентоспроможності полісульфідний герметик «Недекс» дорівнює 1,095, що 0,095 вище 1 і тому можна зробити наступні висновки, що він за своїм технічним характеристикам та ціною є більш конкурентоспроможний ніж його аналог виробництва „ FTS-ast" та на азербайджанському ринку має сприятливі перспективи.

Отже, виконане дослідження стверджує, що компанія ТОВ «Недекс-Україна» має суттєві резерви для підвищення конкурентоспроможності своєї продукції як на українському, так і на зарубіжних ринках. В першу чергу, вони пов'язані з вдосконаленням цінової та товарної політики даного підприємства.

Оцінка конкурентоспроможності продукції ТОВ «Недекс-Україна» може бути використаною для обґрунтування поточних та стратегічних рішень керівництвом підприємства, зокрема: комплексному вивченні ринку і виборі напрямів діяльності підприємства; розробленні заходів щодо підвищення конкурентоспроможності продукції; оцінюванні перспектив продажу конкретних виробів і формуванні структури продажів; здійсненні контролю якості продукції; установленні цін на продукцію; сертифікації продукції (виробництва, підприємства).

Для досягнення конкурентоспроможності продукції ТОВ «Недекс-Україна» у процесі управління його маркетинговою діяльністю необхідно передбачити створення економічного механізму набуття конкурентних переваг. Ці переваги можуть бути створені за рахунок зниження витрат на виробництво і реалізацію продукції, підвищення продуктивності праці, зниження трудомісткості продукції, підвищення кваліфікації персоналу та якості продукції; проектування і впровадження нових технологій, матеріалів, тари; реконструкція, модернізація обладнання; вчасний ремонт устаткування, інжиніринг виробничих процесів тощо; створення нормальних умов праці та

відпочинку трудового колективу; удосконалення організаційної структури управління та виробничої структури підприємства ТОВ «Недекс-Україна», впровадження сучасних методів стратегічного, поточного і оперативного планування, організації виробництва й праці, мотивації персоналу.

Вдосконалення економічного механізму підвищення конкурентоспроможності продукції ТОВ «Недекс-Україна» повинно ґрунтуватися на наступній системі заходів: застосування маркетингових методів, а саме ефективного використання цінової й товарної політики, просування торгових марок підприємства та формування його сприятливого для споживачів іміджу, ефективного управління каналами розподілу продукції й комплексу просування.

Вдосконалення механізму забезпечення міжнародної конкурентоспроможності продукції ТОВ «Недекс-Україна» повинне проходити такі етапи:

- експортна орієнтація в товарній політиці підприємства;
- розробка й впровадження комплексної системи управління якістю;
- атестація всього виробництва на відповідність вимогам міжнародних стандартів якості;
- створення й освоєння принципово нової конкурентоспроможної продукції підприємства ТОВ «Недекс-Україна»;
- забезпечення тривалості життєвого циклу раніше освоєних видів продукції підприємства, в тому числі нових модифікацій комплектуючих для склопакетів;
- технічне переозброєння й модернізація виробництва, впровадження нових прогресивних технологічних процесів;
- активізація інвестиційної та інноваційної діяльності підприємства;

Для реалізації цих напрямків підприємство ТОВ «Недекс-Україна» повинне здійснити наступні заходи:

- створення системи обліку й аналізу відхилень у якості товару (за видами і причинами дефектів, причинам відмов у процесі експлуатації в замовника,

відхиленнями від фактичного виконання заданих режимів проектування й виробництва);

- створення системи відстеження параметрів, що впливають на якість продукції (матеріалів, устаткування, персоналу, умов праці);

- створення системи запобігання дефектам і забезпечення якості продукції.

Міжнародна конкурентоспроможність компанії ТОВ «Недекс-Україна» може бути досягнута лише за умови підвищення конкурентоспроможності її продукції на зовнішніх ринках. Це може бути здійснене при реалізації запропонованих в роботі заходів.

ПЕРЕЛІК ПОСИЛАНЬ

1. Сапрун Г. Г. Розробка моделі управління конкурентоспроможністю експортно-орієнтованих підприємств. *Молодий вчений*. 2017. № 3 (43). URL:
2. <http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2017/3/189.pdf> (дата звернення: 01.05.2023).
3. Сергієнко О. А. Просторово-динамічна оцінка та аналіз індикаторів конкурентоспроможності підприємств. *Бізнес Інформ*. 2021. № 4. С. 41–46.
4. Скиба Г. І. Характеристика конкурентного середовища підприємства та його основні елементи. *Наукові праці Полтавської державної аграрної академії. Серія : Економічні науки*. 2021. Вип. 8. Том 1. С. 310–316.
5. Скупейко В. В. Аналіз науково-методологічних підходів до оцінювання конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств. *Глобальні та національні проблеми економіки: Електронне наукове фахове видання*. 2018. Випуск 22. С. 549–554.
6. Сомов Д. О. Стратегічне управління системою стійких конкурентоспроможності підприємства. *Бізнес Інформ*. 2021. № 4. С. 273–278.
7. Тарнавська Н. П. Управління конкурентоспроможністю підприємств: теорія, методологія, практика : монографія. Тернопіль: Економічна думка, 2018. 570 с.
8. Труніна І. М. Забезпечення конкурентоспроможності суб'єктів підприємницької діяльності : монографія. Харків : Точка, 2020. 436 с.
9. Труніна І. М. Механізм забезпечення конкурентоспроможності суб'єктів підприємницької діяльності. *Вісник КрНУ імені Михайла Остроградського*. 2021. Випуск 3 (92). Частина 2. С. 32–39.
10. Фют А. А. Проблеми оцінки рівня конкурентоспроможності промислових підприємств. *Вісн. Хмельниц. нац. ун-ту. Сер.: Економіка*. 2020. Т. 1. № 2. С. 7–11.
11. Халімон Т. М. Гнучкість в системі управління конкурентоспроможністю підприємства. *Економіка. Менеджмент. Бізнес*.

2018. № 1 (23). С. 74–82.

12. Хайек Ф. Сенс конкуренції. *Сучасна конкуренція*. 2019. № 3(15). С. 18–27.

13. Халімон Т. М. Стратегії підвищення конкурентоспроможності підприємства. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія : Міжнародні економічні відносини та світове господарство*. 2016. Вип. 10 (2). С. 117–120.

14. Цибульська Е. І. Конкурентоспроможність підприємства : навч. посіб. для студентів, які навчаються за спец. 051 – Економіка. Харків : Вид-во НУА, 2018. 320 с.

15. Чумак Л. Ф. Основні аспекти управління конкурентоспроможністю підприємства. *Бізнес Інформ*. 2020. № 1. С. 212–215.

16. Чумак Л. Ф. Теоретичні підходи до визначення та управління конкурентоспроможністю потенціалу підприємства. *Бізнес Інформ*. 2020. № 1. С. 215–219.

18. Андрушків Б. М. Модернізація підприємств як конкурентна перевага організаційно-економічного розвитку. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2015. Випуск 3. С. 198–203.

19. Валінкевич Н. В. Теоретичний підхід до управління конкурентоспроможністю підприємства. *Молодий вчений*. 2021. № 12 (15). С. 84–89.

20. Варга І. Ф. Формування конкурентних переваг в організації. *Бізнес Інформ*. 2013. №1. С. 219–222.

21. Василенко В. О. Стратегічне управління. Київ : ЦНЛ, 2020. 396 с.

22. Величко Є. І. Сучасні підходи до розуміння сутності поняття «конкурентоспроможність підприємства». *Вісник ХНАУ. Серія: Економічні науки*. 2019. № 2. С. 221–227.

23. Вініченко І. І. Еволюція підходів у дослідженнях конкурентоспроможності. *Агросвіт*. 2021. № 8. С. 3–6.

24. Воронова О. С. Чинники забезпечення конкурентоспроможності

підприємства. URL: http://www.rusnauka.com/7_PNI_2015/Economics/2_188760.doc.htm (дата звернення: 01.05.2023).

25. Воронько-Невіднича Т. В. Управління конкурентоспроможністю підприємства в мовах нестабільного ринкового середовища. *Економіка та управління підприємствами*. 2018. Випуск 21. С. 251–254.

26. Гайдук Л. О. Інновації як фактор забезпечення конкурентоспроможності підприємств України. *Наукові праці НДФІ*. 2019. № 1 (66). С. 22–27.

27. Диніна К. Стратегія формування конкурентоспроможності. *Персонал*. 2019. № 1. С. 78–82.

28. Должанський І. З., Загорна Т. О. Конкурентоспроможність підприємства. Київ : ЦНЛ, 2021. 384 с.

29. Жилінська Л. О. Розробка комплексу заходів щодо підвищення конкурентоспроможності промислових підприємств. *Держава та регіони. Сер.:*

30. *Економіка та підприємництво*. 2021. № 1. С. 73–80.

31. Іванова М. І. Порівняльна характеристика методів оцінки конкурентоспроможності. *Економічний простір*. 2021. № 48/2. С. 189–196.

32. Канінський М. П. Підвищення конкурентоспроможності підприємницьких структур. *Економіка АПК*. 2021. № 11. С. 96–98.

33. Конкурентоспроможність підприємства: оцінка рівня та напрями підвищення : монографія; за заг. ред. О. Г. Янкового. Одеса : Атлант, 2020. 470 с.

34. Косянчук Т. Ф. Діагностика конкурентного потенціалу підприємства. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія»*. Серія : Економіка. 2021. Вип. 23. С. 51–54.

35. Кузнецова Н. В. До питання вибору інструментів оцінки конкурентного середовища підприємств. *Збірники НДЦ Соціосфера*. 2020. № 36. С. 37-40.

36. Легімонова С. В. Концептуальні засади стратегічного управління конкурентними перевагами підприємств. Глобальні та національні проблеми економіки. URL : <http://global-national.in.ua/archive/18-2017/48.pdf> (дата

звернення: 01.05.2023).

37. Легкий В. І. Етапи оцінки конкурентоспроможності підприємства та види стратегій її підвищення. *Науково-інформаційний вісник «Економіка»*. 2020. № 11. С. 267–273.

38. Лопатинський Ю. М. Концепція сталого розвитку як фактор конкурентоспроможності національної економіки. *Науковий вісник Чернівецького університету*. 2016. Вип. 777–778 (Економіка). С. 35–40.

39. Лупак Р. Л. Економічне обґрунтування стратегічного управління конкурентоспроможністю підприємства. *Бізнес Інформ*. 2021. № 4. С. 320–325.

40. Мазаракі А., Мельник Т. Інновації як джерело стратегічних конкурентних переваг. *Вісник Київського національного торговельно-економічного університету*. 2020. № 2. С. 5–17.

41. Малік М. Й., Нужна О.А. Конкурентоспроможність підприємств: методологія і механізми : монографія. Київ : ННЦ «ІАЕ», 2017. 207 с.

42. Матвеев В. В. Сутність стратегічного управління конкурентним потенціалом підприємства. *Молодий вчений*. 2021. № 2 (17). С. 179–185.

43. Михальчук Л. В. Конкурентне середовище підприємства у сучасних умовах. *Вісник ЖДТУ*. 2022. № 1 (69). С. 152–156.

44. Наумов Ю. Ф., Лотохова І. Г. Про конкурентоспроможність підприємств у сучасних ринкових умовах. *Економіка АПК*. 2019. № 8. С. 124–127.

45. Нижник А. Ю. Шляхи досягнення конкурентоспроможності підприємств за сучасних умов поглиблення конкуренції. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2019 (222). № 2. Том 1. С. 21–23.

46. Погріщук Б. В. Формування конкурентного середовища у господарстві. *Вісник аграрної науки Причорномор'я*. 2015. Вип. 2. Том 1. С. 35–42.

47. Покропивний С. Ф. Економіка підприємства. Вид. 2-ге, перероб. та доп. Київ: КНЕУ, 2021. 528 с.

48. Савчук О. Системний підхід до аналізу конкурентоспроможності *Економіст*. 2021. № 12. С. 58–61.