мої ціни. Закон конкуренції - об'єктивний процес «вимивання» з ринку неякісної дорогої продукції. При цьому він може діяти тривале тільки при наявності якісного антимонопольного законодавства, що регламентує норми, що обмежують монополістичну діяльність, принципи ведення боротьби на ринку, повноваження державних органів по нагляду за дотриманням відповідних правових норм.

Конкуренція на ринку створила дуже складну і важливу проблему для успішної діяльності підприємства - забезпечення стійкого положення на конкурентному ринку. Конкурентоздатність - це наявність внутрішніх факторів, які дадуть змогу завоювати ринок за допомогою продукції власного виробництва, або це можливість знаходити шляхи для досягнення переваг над іншими учасниками ринку за рахунок внутрішніх факторів.

УДК 339.137.2

БОЯРСЬКА М.В., ***ЧЕКМАСОВА І.А.,*** канд. техн. наук, доц.

МЕТОДИ УПРАВЛІННЯ ПОРТФЕЛЕМ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА

Управління портфелем продукції підприємства забезпечує повну картину положень на ринку кожного із продуктів, надає можливість підвищити ефективність діяльності підприємства за допомогою наповнення портфеля стратегічно важливими видами продукції [1].

Інноваційне розширення портфеля продукції служить одним з найважливіших факторів підвищення КСП на сучасних світових ринках. Недавні дослідження бенчмаркінгу ідентифікували управління портфелем як саму слабку область у керуванні нововведенням продукту. Результати вивчення різних методів управління портфелем продукції показують, що недостатньо уваги приділяється стратегіям введення нового виду продукції у існуючий на підприємстві портфель.

Для рішення зазначеної проблеми застосований метод аналогій. Раніше була запропонована матриця «доходність-ризик» для виявлення області оптимальних стратегій управління портфелем з цінними паперами. Цей оптимізуючий підхід пропонується використати для вибору стратегії управління портфелем продукції підприємства. Для цього розширення необхідно змінити зміст понять «портфельного ризику» та «прибутковості» [2].

Аналогічно оцінці комплексних показників конкурентоспроможності і привабливості ринку, запропонованих в моделі Маккінсі, складемо приклад експертної оцінки комплексних показників ризику і прибутковості для нового продукту.

Під ризиком розумітимемо комплексний показник, що включає: - ризик неприйняття нового товару; - ступінь новизни; - непередбачена зміна ринкових обставин; - своєчасність виведення на ринок; - існування аналогів.

Показник прибутковості включає очікувані: - кратко- і довгостроковий загальний і відносний прибуток; - рентабельність; - швидкість повернення вкладених інвестицій і період покриття первинних витрат.

Продукти проходять експертну оцінку по кожному критерію порівняно з кращими зразками, що є на ринку. За результатами оцінки продукти попадають в одну з чотирьох областей матриці (рис. 1).

Отримуємо варіанти стратегій: S_1 - стратегія «обережності»; S_2 - стратегія «гарантованих прибутків»; S_3 - стратегія «ризикованих прибутків»/ «виживання»; S_4 – стратегія «необгрунтованих ризиків».

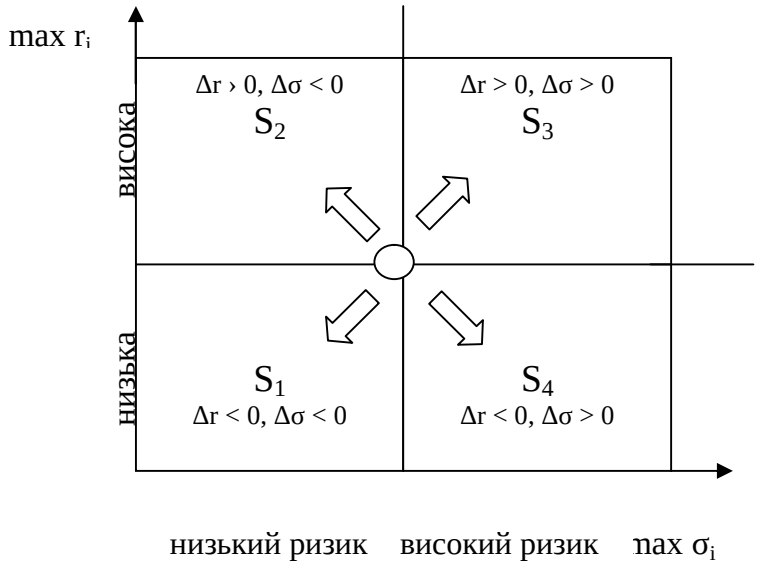

Рисунок 1 - Матриця портфельних стратегій.

Таким чином, виходячи з існуючої ситуації на ринку, а також фінансового положення самого підприємства, воно може обрати будь-яку з даних стратегій. Для забезпечення стійкої КСП продукції доцільно дотримуватися мало ризикованих стратегій S1 і S2.

Матриця підлягає подальшому удосконаленню щодо її використання для конкретних галузей промисловості та вимірювання ризиків та прибутковості.

Список літератури: 1. «Конкурентоспроможність продуктового портфеля: Торія і практика управління». Сборник научних трудів Дон НТУ: *Селезнева Г.А., Салашенко Т.И., Чилибьйова О.В.,* ХНЕУ – 24.12.2007. **2.** *Иваницький В.Д., Боярска М.В.* «Оптимізація управління портфелем продукції для підвищення конкурентоспроможності підприємства». Матер. II магістерської конференції НТУ «ХПІ», Харків, 2009.