

МЕХАНІЗМ ІННОВАЦІЙНОГО УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТНИМ СТАТУСОМ МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ

© 2015 ЯЦЕНКО Б. І.

УДК 360.15.08.001

Яценко Б. І. Механізм інноваційного управління конкурентним статусом машинобудівних підприємств

У статті вдосконалено механізм інноваційного управління конкурентним статусом машинобудівних підприємств. Визначено, що в підґрунті результативного функціонування механізму інноваційного управління конкурентним статусом машинобудівних підприємств лежить узгоджене, спрямоване, взаємодоповнююча інноваційна дія всіх структурних елементів. Процес виконання конкретної головної мети механізму інноваційного управління конкурентним статусом машинобудівних підприємств повинен бути спрямований на вирішення таких основних завдань, як забезпечення оптимальної структури капіталу з позиції надання можливостей ефективного розвитку в стратегічному періоді та підвищення рівня конкурентного статусу; незмінної платоспроможності та ліквідності підприємства; максимальної рентабельності операційної, фінансової та інвестиційної діяльності; відповідності обсягу капіталу, що залучається, сумі потреби в активах, що формуються; збалансування грошових потоків підприємства; мінімальних витрат щодо залучення позикового капіталу. Зроблено висновок, що формування механізму інноваційного управління конкурентним статусом машинобудівних підприємств дозволяє максимально чітко розрахувати та оцінити майбутні показники рентабельності та фактори, що впливають на них, зробити належні висновки та впровадити вчасно стратегічні заходи

Ключові слова: управління, механізм, інноваційне управління, конкурентний статус, управлінське рішення.

Рис.: 3. **Бібл.:** 15.

Яценко Богдан Ігоревич – здобувач, кафедра економіки та організації діяльності суб'єктів господарювання, Українська інженерно-педагогічна академія (вул. Університетська, 16, Харків, 61003, Україна)

E-mail: yulya-yu-2013@mail.ru

УДК 360.15.08.001

Яценко Б. И. Механизм инновационного управления конкурентным статусом машиностроительных предприятий

В статье усовершенствован механизм инновационного управления конкурентным статусом машиностроительных предприятий. Установлено, что в основе результативного функционирования механизма инновационного управления конкурентным статусом машиностроительных предприятий лежит согласованное, направленное инновационное действие всех структурных элементов. Процесс выполнения конкретной главной цели механизма инновационного управления конкурентным статусом машиностроительных предприятий должен быть направлен на решение таких основных задач, как обеспечение оптимальной структуры капитала с позиции предоставления возможностей эффективного развития в стратегическом периоде и уровня конкурентного статуса; неизменной платежеспособности и ликвидности предприятия; максимальной рентабельности операционной, финансовой и инвестиционной деятельности; соответствия привлекаемого объема капитала сумме потребности в формирующихся активах; сбалансирования денежных потоков предприятия; минимальных затрат по привлечению заемного капитала. Сделан вывод, что формирование механизма инновационного управления конкурентным статусом машиностроительных предприятий позволяет максимально четко рассчитать и оценить будущие показатели рентабельности и факторы, влияющие на них, сделать надлежащие выводы и вовремя принять стратегические меры.

Ключевые слова: управление, механизм, инновационное управление, конкурентный статус, управленческое решение.

Рис.: 3. **Библ.:** 15.

Яценко Богдан Игоревич – соискатель, кафедра экономики и организации деятельности субъектов хозяйствования, Украинская инженерно-педагогическая академия (ул. Университетская, 16, Харьков, 61003, Украина)

E-mail: yulya-yu-2013@mail.ru

UDC 360.15.08.001

Yatsenko B. I. Mechanism for Innovation Management of the Competitive Status of Machine-Building Enterprises

The article is concerned with improving the mechanism for innovation management of the competitive status of machine-building enterprises. It has been found that effective functioning of the mechanism for innovation of the competitive status of machine-building enterprises is based on the agreed, directional innovative action of all structural elements. The process of implementing the specific primary purpose of the mechanism for innovative management of the competitive status of machine-building enterprises should be aimed at addressing the major tasks such as ensuring the optimal capital structure in terms of providing opportunities for effective development in the strategic period as well as the level of competitive status; unchanged solvency and liquidity of enterprise; maximum profitability of the operating, financial and investment activities; correspondence of the amount of capital involved with the amount of needs for emerging assets; balancing the money flows of enterprise; minimal costs to attract loan capital. It is concluded that formation of mechanism for innovation management of the competitive status of machine-building enterprises provides to maximum clearly calculate and evaluate the future profitability indicators as well as the factors affecting them, to draw appropriate conclusions and to adopt strategic measures timely.

Keywords: management, mechanism, innovative management, competitive status, managerial decision.

Fig.: 3. **Bibl.:** 15.

Yatsenko Bogdan I. – Applicant, Department of Economics and Business Entities, Ukrainian Engineering and Pedagogical Academy (vul. Universytetska, 16, Kharkiv, 61003, Ukraine)

E-mail: yulya-yu-2013@mail.ru

У сучасному економічному становищі особливо гостро стоїть питання «виживання» машинобудівних підприємств у конкурентному середовищі. Останнє залежить від того, наскільки ефективно керівники використовують можливості підприємств, тобто його економічні, матеріально-технічні, структурно-функціональні, соціально-трудова та інші елементи ді-

яльності. Основні показники фінансово-економічної діяльності підприємства обумовлені існуючим адаптивним впливом, саме тому для інноваційного управління конкурентним статусом необхідно адекватне визначення наявних механізмів дій. Оскільки інноваційна спрямованість управління конкурентним статусом підприємств вимагає кардинального перегляду викори-

стовуваного у практиці методичного інструментарію та механізмів управління підприємствами. Результативне використання сучасних механізмів управління дозволяє забезпечити швидку реакцію організацій на зміни у зовнішньому динамічному конкурентному середовищі, підвищити адаптаційні здібності.

Багато науковців торкаються питань вивчення механізмів інноваційного управління та управління конкурентним статусом підприємств, серед них: О. І. Булах [1], А. Войчак [2], А. Воронкова [3], Ю. Герасименко [4], О. Гудзинський [5], М. Данько [6], В. Дикань [7], Н. Кузьминчук [8], О. Мелень [9], Є. Сахно [10] та інші.

У багатьох наукових роботах розкрито питання щодо формування ефективних механізмів управління підприємствами, що належить до складних та актуальних запитів не лише в науковому, а й практичному аспектах. Але на сьогодні недостатньо повно висвітлені питання щодо формування механізму інноваційного управління конкурентним статусом машинобудівних підприємств.

Мета статті – удосконалити механізм інноваційного управління конкурентним статусом машинобудівних підприємств.

Механізм інноваційного управління конкурентним статусом машинобудівних підприємств може досягнути стратегічного результату лише за умови поєднання доцільно спрямованого та адаптивного взаємовпливу всіх його структурних елементів. Саме тому механізм інноваційного управління конкурентним статусом машинобудівних підприємств повинен відповідати вимогам: кожен його структурний елемент налаштований на реалізацію властивого йому навантаження; інноваційна спрямованість дій всіх структурних елементів; прямо пропорційний зв'язок усіх елементів вертикальних і горизонтальних рівнів; своєчасність реакції структурних елементів механізму вищого ступеня на зміни, які відбуваються під дією елементів нижчого ступеня.

Підґрунтям результативного функціонування механізму інноваційного управління конкурентним статусом машинобудівних підприємств є узгоджене, спрямоване, взаємодоповнююча інноваційна дія всіх структурних елементів [12]. Необхідно чітко сформулювати головну мету, для досягнення якої використовується механізм. Процес виконання конкретної головної мети механізму інноваційного управління конкурентним статусом машинобудівних підприємств повинен бути спрямований на вирішення таких основних завдань, як забезпечення оптимальної структури капіталу з позиції забезпечення можливостей ефективного розвитку в стратегічному періоді та підвищення рівня конкурентного статусу; незмінна платоспроможність та ліквідність підприємства; максимальна рентабельності операційної, фінансової та інвестиційної діяльності; відповідність обсягу капіталу, що залучається, сумі потреби в активах, що формуються; збалансування грошових потоків підприємства; мінімальні витрати щодо залучення позикового капіталу.

Механізм інноваційного управління конкурентним статусом машинобудівних підприємств представлено на *рис. 1*.

Перший етап процесу формування механізму інноваційного управління конкурентним статусом машинобудівних підприємств повинен включати в себе визначення об'єктів управління; суб'єктів, які б здійснювали конкретні дії; а також цілей, які переслідують дані суб'єкти. На другому етапі необхідно оцінити поточний стан та рівень інноваційного управління конкурентним статусом машинобудівних підприємств, а також виявити та здійснити аналіз чинників, які впливають на об'єкт і на виконання поставлених завдань і цілей, оскільки результати діяльності машинобудівних підприємств значною мірою залежать від купівельної спроможності зацікавлених груп клієнтів [11–13]. Адаптація в кризовій ситуації при такому рості цін на всі види товарів і послуг в країні населення стало значно менше купувати. Це, своєю чергою, зменшує притік покупців, збільшує затрати на зберігання готової продукції. Аналізуючи мезооточення машинобудівних підприємств, можна сказати, що спостерігається зниження рівня конкурентного статусу на ринку, що, своєю чергою, призводить до зниження рівня конкурентоспроможності та скорочення обсягів діяльності підприємства в цілому. У даному випадку машинобудівним підприємствам потрібні: гнучка цінова політика, розширення номенклатури товару та підвищення якості контролю з метою більшого залучення клієнтів. Коливання договірної дисципліни постачальників призводить до несвоєчасного виконання замовлень та зростання термінів виробничого циклу. А тому в підприємств існує велика ймовірність втрати постійних клієнтів через невиконання своїх зобов'язань в строк.

Наступним кроком у формуванні механізму інноваційного управління конкурентним статусом машинобудівних підприємств є визначення методів впливу. Характерним для цього етапу є застосування інструментарію інноваційного управління, вибір якого залежить від можливостей підприємств, фінансового стану, рівня організації контролю [14, 15]. Інструментарій інноваційного управління конкурентним статусом машинобудівних підприємств представляє собою сукупність засобів, методів, важелів, способів здійснення управлінського впливу. Адаптація вихід машинобудівних підприємств на нові ринки тягне за собою необхідність підвищення кваліфікації працівників шляхом додаткового навчання; впровадження нової ефективної фінансової стратегії, яка, своєю чергою, прагне до поліпшення показників ефективності діяльності підприємства та необхідності інноваційно-технологічних змін для підвищення рівня конкурентного статусу.

Впроваджуючи механізм інноваційного управління конкурентним статусом, керівництво підприємств буде своєчасно коригувати виробничі плани та співставляти й аналізувати конкретні показники їх виконання за плановими датами та прогнозованими нормами.

Оскільки обсяги реалізованої продукції машинобудівних підприємств останніми роками дещо зменшилися, і завдяки новій ціновій політиці та зменшенню собівартості продукції підприємства можуть отримати позитивну тенденцію зростання прибутку, враховуючи вплив зовнішніх факторів на діяльність підприємств,

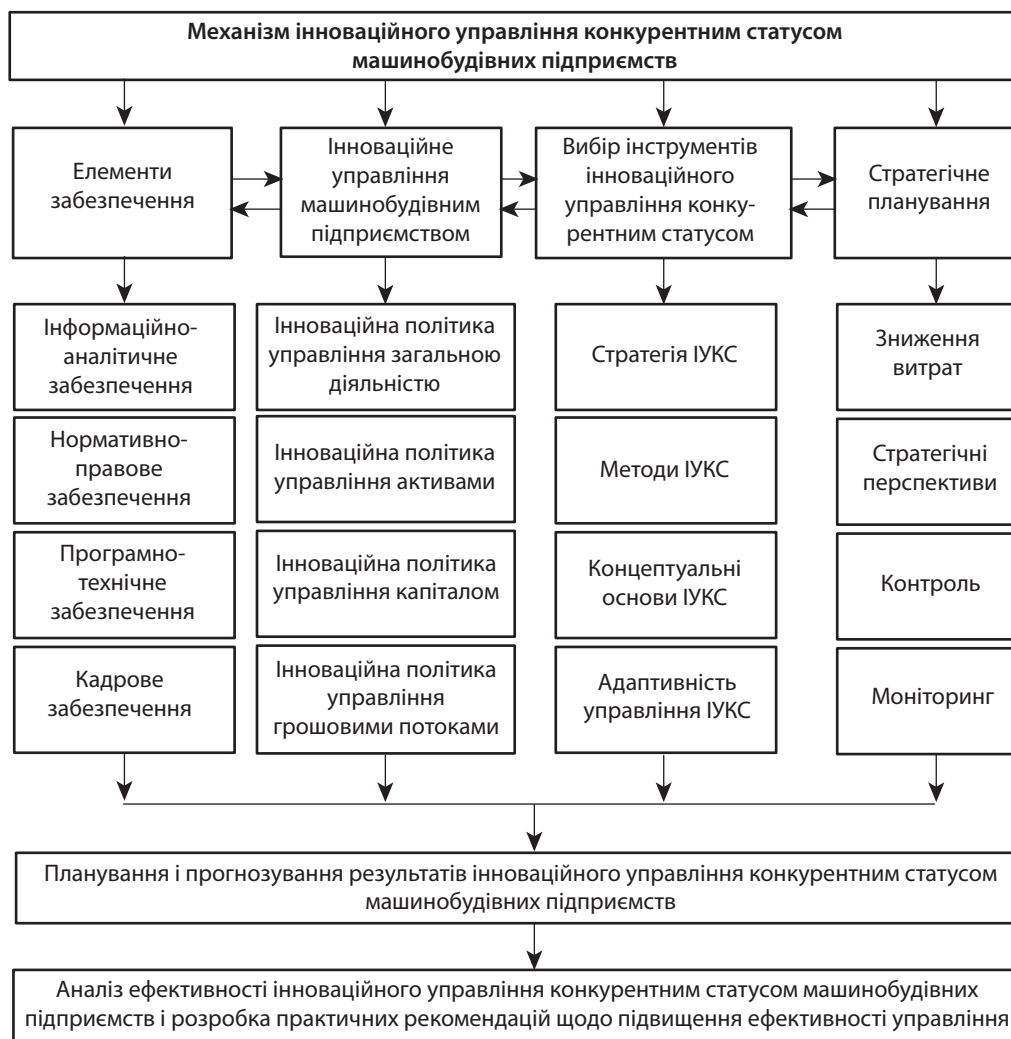


Рис. 1. Механізм інноваційного управління конкурентним статусом машинобудівних підприємств

Джерело: авторська розробка.

виявлено, що впровадження у виробництво нових видів продукції є результатом ефективного стратегічного рішення для підвищення рівня конкурентного статусу. Завдяки розумінню механізму взаємозалежності витрат підприємств інколи загального зниження витрат можна досягнути, збільшивши їх для якогось окремого виду діяльності. Наприклад, зростання витрат на відрядження може привести до укладення договорів з новими постачальниками, які реалізують сировину та матеріали дешевше, ніж «старі» постачальники. Таким чином, науково обґрунтована стратегія зниження витрат підприємства повинна враховувати ситуацію, що склалася на ринку, визначати вплив зовнішніх і внутрішніх факторів, оцінювати позиції машинобудівних підприємств на ринку та його конкурентний статус. У процесі формування стратегії зниження витрат необхідно визначати мету та завдання стратегії, найраціональніше розподіляти ресурси, конкретизувати прийняті рішення, визначати відповідальних за їхню реалізацію.

Процес формування механізму інноваційного управління конкурентним статусом машинобудівних підприємств можна представити у вигляді послідовності пов'язаних між собою етапів (рис. 2, рис. 3).

Успішне функціонування механізму інноваційного управління конкурентним статусом машинобудівних підприємств можливе лише за умови реалізації зваженої політики управління власними оборотними коштами; активної участі пайовиків у діяльності кооперативних підприємств; вибору ефективної політики управління грошовими потоками; організації внутрішнього фінансового контролю на підприємствах.

Таким чином, за умови вдосконалення механізму інноваційного управління конкурентним статусом машинобудівних підприємств стане можливим досягнення довгострокових цілей як машинобудівних підприємств, так і держави.

ВИСНОВКИ

Формування механізму інноваційного управління конкурентним статусом машинобудівних підприємств дозволяє максимально чітко розрахувати та оцінити майбутні показники рентабельності та фактори, що впливають на них, зробити належні висновки та впровадити вчасно стратегічні заходи. Зниження витрат машинобудівних підприємств можна забезпечити при вдосконаленні та контролі усіх етапів створення продукції



Рис. 2. Етапи формування механізму інноваційного управління конкурентним статусом машинобудівних підприємств
Джерело: авторська розробка.

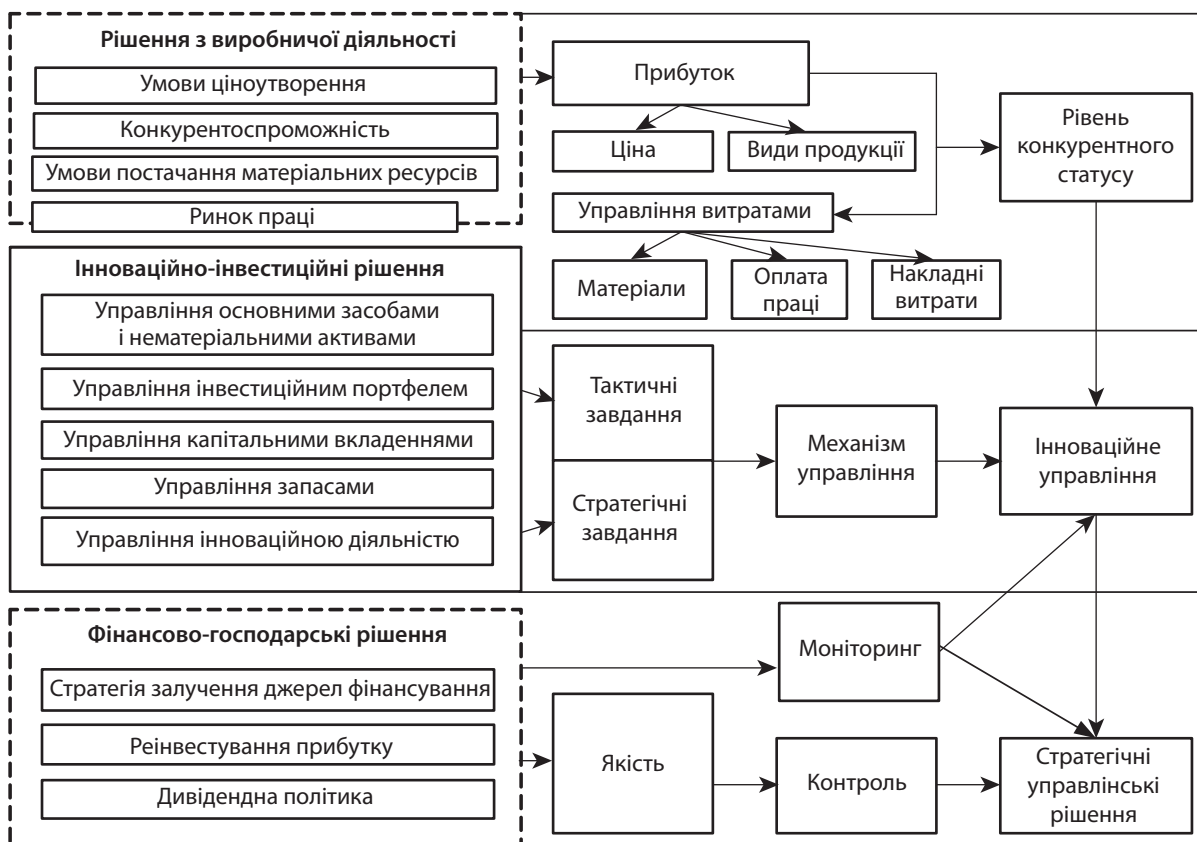


Рис. 3. Взаємозв'язок управлінських рішень з механізмом інноваційного управління конкурентним статусом машинобудівних підприємств

Джерело: авторська розробка.

(проектування, матеріально-технічного постачання, виробництва). Формування механізму стратегії управління потребує врахування цілей і завдань зниження витрат, особливостей підприємства, галузі, ринку.

Процес реалізації механізму інноваційного управління конкурентним статусом машинобудівних підприємств потребує створення відповідної стратегічної системи адаптивного забезпечення, яка відповідає сучасним ринковим вимогам у напрямі збереження конкурентних переваг і позицій підприємств. Домінантне значення має фінансове, кадрове та інформаційне забезпечення інноваційного управління конкурентним статусом. Це дозволить керівникам машинобудівних підприємств використовувати визначений механізм інноваційного управління конкурентним статусом машинобудівних підприємств для забезпечення їх сталого функціонування та здійснення стратегічного прогнозування розвитку. ■

ЛІТЕРАТУРА

1. Булах І. В. Математична модель оцінки стратегічної конкурентоспроможності підприємства / І. В. Булах // Вісник Національного університету водного господарства та природокористування. – 2007. – № 3 (39). – С. 24–31.
2. Войчак А. В. Конкурентні переваги підприємства: сутність і класифікація / А. В. Войчак, Р. В. Камишніков // Маркетинг в Україні. – 2005. – № 2 (30). – С. 50–53.
3. Воронкова А. Э. Стратегическое управление конкурентоспособным потенциалом предприятия: диагностика и организация : монография / А. Э. Воронкова. – Луганск : Восточно-украинский национальный ун-т, 2000. – 315 с.
4. Герасименко Ю. В. Управління конкурентним статусом підприємства / Ю. В. Герасименко, А. В. Бондаренко [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.rusnauka.com/31_ONBG_2011/Economics/10_96826.htm
5. Гудзинський О. Д. Управління формуванням конкурентоспроможного потенціалу підприємств (теоретико-методологічний аспект) : монографія / О. Д. Гудзинський, С. М. Судомир, Т. О. Гуренко // Інститут підготовки кадрів державної служби зайнятості України. – К. : ІПК ДСЗУ, 2010. – 212 с.
6. Данько М. І. Забезпечення конкурентоспроможності промислових підприємств в умовах міжнародних транспортних коридорів : монографія / М. І. Данько, В. Л. Дикань, Н. В. Якименко. – Х. : УкрДАЗТ, 2008. – 170 с.
7. Дикань В. Л. Забезпечення конкурентостійкості підприємства : монографія / В. Л. Дикань. – Х. : Основа, 1995. – 195 с.
8. Кузьминчук Н. В. Конкурентний статус підприємства: теоретичний аспект // Н. В. Кузьминчук, О. Ю. Терованесова // Матер. Міжнар. наук.-практ. конф., 14-15 листопада 2014р.; Нац. гірничий ун-т. У 2-х частинах. – Дніпропетровськ : Видавничий дім «Гельветика», 2014. – Ч. 1. – 188 с.
9. Мелень О. В. Інноваційний розвиток та конкурентоспроможність машинобудівних підприємств / О. В. Мелень // Вісник НТУ «ХПІ». – Харків : НТУ «ХПІ», 2013. – № 20 (993). – С. 18–22.
10. Сахно Є. Ю. Системні аспекти управління інноваційно-інвестиційними проектами стратегічного розвитку підприємства : монографія / Є. Ю. Сахно, М. С. Дорош, А. В. Ребенко. – Чернігів : Чернігівський держ. ін-т економіки і управління, 2008. – 260 с.
11. Холод В. В. Чотирихвекторна модель розвитку конкурентного статусу / В. В. Холод [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.rusnauka.com/17_AND_2010/Economics/68045.doc.htm

12. Level, P. The Role of Creative Innovation in Economic Growth : Some International Comparisons / P. Level // Journal of Asian Economics. – 2008. – Vol. 19. – P. 334–347.

13. Measuring innovation best practices : Improvement of an innovation index integrating threshold and synergy effects / [H. B. Rejeb, L. Morel-Guimaraes, V. Boly, N. D. G. Assie' lou] // Technovation. – 2008. – Vol. 28 (12). – P. 838–854.

14. Padmore, T. Modeling Systems of Innovation : An Enterprise-centered View / T. Padmore, H. Schuetze, H. Gibson // Research Policy. – 1998. – Vol. 26. – P. 605–624.

15. Silverberg, G. A Percolation Model of Innovation in Complex Technology Spaces / G. Silverberg, B. Verspagen // Journal of Economic Dynamics & Control. – 2005. – Vol. 29. – P. 225–244.

Науковий керівник – Прохорова В. В., доктор економічних наук, професор, завідувачка кафедри економіки та організації діяльності суб'єктів господарювання, Українська інженерно-педагогічна академія

REFERENCES

- Bulakh, I. V. "Matematychna model otsinky stratehichnoyi konkurentospromozhnosti pidpriemstva" [A mathematical model for evaluating strategic competitiveness]. *Visnyk Natsionalnoho universytetu vodnoho hospodarstva ta pryrodokorystuvannia*, no. 3 (39) (2007): 24-31.
- Danko, M. I., Dykan, V. L., and Yakymenko, N. V. *Zabezpechennia konkurentospromozhnosti promyslovykh pidpriemstv v umovakh mizhnarodnykh transportnykh korydoriv* [Ensuring the competitiveness of industrial enterprises in the international transport corridors]. Kharkiv: UkrDAZT, 2008.
- Dykan, V. L. *Zabezpechennia konkurentosti pidpriemstva* [Ensuring the competitiveness of enterprises]. Kharkiv: Osnova, 1995.
- Herasymenko, Yu. V., and Bondarenko, A. V. "Upravlinnia konkurentnym statusom pidpriemstva" [Managing the competitive status of the company]. http://www.rusnauka.com/31_ONBG_2011/Economics/10_96826.htm
- Hudzynskyi, O. D., Sudomyr, S. M., and Hurenko, T. O. *Upravlinnia formuvanniam konkurentospromozhnoho potentsialu pidpriemstv (teoretyko-metodolohichnyi aspekt)* [Management of formation of competitive potential of enterprises (theoretical and methodological aspect)]. Kyiv: IPK DSZU, 2010.
- Kuzmynchuk, N. V., and Terovanesova, O. Yu. "Konkurentnyi status pidpriemstva: teoretychnyi aspekt" [The competitive status of the enterprise: theoretical aspect]. *Mizhnarodna nauk.-prakt. konferentsiia*. Dnipropetrovsk: Helvetyka, 2014.
- Kholod, V. V. "Chotyrykhvektorna model rozvytku konkurentnoho statusu" [Four-vector model of competitive status]. http://www.rusnauka.com/17_AND_2010/Economics/68045.doc.htm
- Level, P. "The role of creative innovation in economic growth: Some international Comparisons". *Journal of Asian Economics*, no. 19 (2008): 334-347.
- Melen, O. V. "Innovatsiinyi rozvytok ta konkurentospromozhnist mashynobudivnykh pidpriemstv" [Innovative development and competitiveness of engineering companies]. *Visnyk NTU «KhPI»*, no. 20 (993) (2013): 18-22.
- Padmore, T., and Schuetze, H. "Modeling systems of innovation : An enterprise-centered view". *Research Policy*, no. 26 (1998): 605-624.
- Rejeb, H. B. "Measuring innovation best practices : Improvement of an innovation index integrating threshold and synergy effects". *Technovation*, no. 28 (12) (2008): 838-854.
- Sakhno, Ye. Yu., Dorosh, M. S., and Rebenok, A. V. *Systemni aspekty upravlinnia innovatsiino-investytsiynymy proektamy stratehichnoho rozvytku pidpriemstva* [System aspects of innovation and

investment projects of strategic development of the company]. Chernihiv: Chernihivskiy derzh. in-t ekonomiky i upravlinnia, 2008.

Silverberg, G., and Verspagen, B. "A percolation model of innovation in complex technology spaces". *Journal of Economic Dynamics & Control*, no. 29 (2005): 225-244.

Voichak, A. V., and Kamyshnikov, R. V. "Konkurentni perevahy pidpriemstva: sutnist i klasyfikatsiia" [Competitive advantages of

the enterprise: the nature and classification]. *Marketynh v Ukraini*, no. 2 (30) (2005): 50-53.

Voronkova, A. E. *Strategicheskoe upravlenie konkurentosposobnym potentsialom predpriyatiya: diagnostika i organizatsiya* [Strategic management of the enterprise competitive capacity: Diagnosis and organization]. Lugansk: Vostochnoukrainskiy natsionalny un-t im. V. Dalya, 2000.

УДК 658:339.137.2

МАРКЕТИНГОВЕ ДОСЛІДЖЕННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ПІДПРИЄМСТВА НА РИНКУ ХІМІЧНИХ РОЗЧИННИКІВ

© 2015 РАХМАН М. С., БЛЮГЕРМАН Є. Д.

УДК 658:339.137.2

Рахман М. С., Блюгерман Є. Д. Маркетингове дослідження конкурентних переваг підприємства на ринку хімічних розчинників

Метою статті є маркетингове дослідження конкурентних переваг підприємства з виробництва та реалізації нафтохімічних розчинників та пошук шляхів їх підвищення. Виявлено фактори, що впливають на конкурентне середовище підприємства. Наведено методи оцінки рівня конкурентоспроможності та шляхи її підвищення. Надано загальну характеристику вітчизняних підприємств нафтохімічної галузі та продукції, що випускається. Проаналізовано структуру реалізації оптової та роздрібною торгівлі. Виконано маркетингове дослідження цінової конкуренції продукції серед вітчизняних і зарубіжних виробників, представлених у спеціалізованих торгових мережах. Виявлено певні переваги споживачів у виборі розчинників та найближчих конкурентів. Обґрунтовано конкурентні переваги продукції ТОВ «Матрапак-Україна» на ринку розчинників. На підставі отриманих результатів запропоновано заходи з підвищення конкурентоспроможності виробника на національному та зовнішньому ринках.

Ключові слова: методи оцінки, виробник, Матрапак-Україна, нафтохімічна галузь, розчинник, ціна, конкурентна перевага, німецька якість, прогноз.

Рис.: 2. **Табл.:** 3. **Бібл.:** 16.

Рахман Махбубур Сидикович – кандидат економічних наук, доцент кафедри маркетингу та менеджменту зовнішньоекономічної діяльності, Харківський національний університет ім. В. Н. Каразіна (пл. Свободи, 4, Харків, 61022, Україна)

E-mail: rahmanms@yandex.ua

Блюгерман Єлизавета Дмитрівна – магістрант, Харківський національний університет ім. В. Н. Каразіна (пл. Свободи, 4, Харків, 61022, Україна)

УДК 658:339.137.2

UDC 658:339.137.2

Рахман М. С., Блюгерман Е. Д. Маркетинговое исследование конкурентных преимуществ предприятия на рынке химических растворителей

Rahman M. S., Bliuherman E. D. A Marketing Research of Competitive Advantages of Enterprises in the Chemical Solvents Market

Целью статьи является маркетинговое исследование конкурентных преимуществ предприятия по производству и реализации нефтехимических растворителей и поиск путей их повышения. Выявлены факторы, влияющие на конкурентную среду предприятия. Приведены методы оценки уровня конкурентоспособности и пути ее повышения. Дана общая характеристика отечественных предприятий нефтехимической отрасли и выпускаемой продукции. Проанализирована структура реализации оптовой и розничной торговли. Выполнено маркетинговое исследование ценовой конкуренции продукции среди отечественных и зарубежных производителей, представленных в специализированных торговых сетях. Определены предпочтения потребителей в выборе растворителей и выявлены ближайшие конкуренты. Обоснованы конкурентные преимущества продукции ООО «Матрапак-Украина» на рынке растворителей. На основании полученных результатов предложены меры по повышению конкурентоспособности производителя на национальном и внешнем рынках.

The article is aimed at marketing research of competitive advantages of enterprise for production and sales of petrochemical solvents together with finding ways to improve them. The factors influencing the competitive environment of enterprise have been identified. Methods for evaluating the level of competitiveness as well as ways of its improvement have been specified. An overall characteristic of domestic enterprises of petrochemical industry sector and released products has been provided. The structure for implementation of both wholesale and retail trade has been analyzed. A market research of price competition in terms of products among the domestic and foreign producers, represented in the specialized trading networks, has been conducted. Consumer preferences in the choice of solvents have been determined and the closest competitors have been identified. The competitive advantages of the products by ООО «Matrapak-Ukraina» in the solvents market have been substantiated. On the basis of the results obtained, measures to improve the competitiveness of producer in the national and foreign markets have been proposed.

Keywords: evaluation methods, producer, Matrapak-Ukraina, petrochemical industry sector, solvent, price, competitive advantage, German quality, forecast.

Fig.: 2. **Tabl.:** 3. **Bibl.:** 16.

Ключевые слова: методы оценки, производитель, Матрапак-Украина, нефтехимическая отрасль, растворитель, цена, конкурентное преимущество, немецкое качество, прогноз.

Рис.: 2. **Табл.:** 3. **Библ.:** 16.

Рахман Махбубур Сидикович – кандидат экономических наук, доцент кафедры маркетинга и менеджмента внешнеэкономической деятельности, Харьковский национальный университет им. В. Н. Каразина (пл. Свободы, 4, Харьков, 61022, Украина)

E-mail: rahmanms@yandex.ua

Блюгерман Єлизавета Дмитрівна – магістрант, Харківський національний університет ім. В. Н. Каразіна (пл. Свободи, 4, Харків, 61022, Україна)

Rahman Mahbubur S. – Candidate of Sciences (Economics), Associate Professor of the Department of Marketing and Management of Foreign Economic Activities, V. N. Karazin Kharkiv National University (pl. Svobody, 4, Kharkiv, 61022, Ukraine)

E-mail: rahmanms@yandex.ua

Bliuherman Elyzaveta D. – Graduate Student, V. N. Karazin Kharkiv National University (pl. Svobody, 4, Kharkiv, 61022, Ukraine)