

РОЗДІЛ I. ЕКОНОМІКА ТА ЕКОНОМІЧНА ТЕОРІЯ

Балахонова О.В., доктор економічних наук,
професор, професор кафедри бізнесу і права,
Вінницький інститут Університету «Україна»
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1447-4560>
Грушко О.В., здобувач 4-го курсу,
спеціальність «Менеджмент»
Інститут економіки та менеджменту
Університету «Україна»

DOI: <https://doi.org/10.58521/2521-1390-2024-30-1>

ОСНОВНІ КОНЦЕПЦІЇ ПРОДУКТОВОГО ПОРТФЕЛЮ ПІДПРИЄМСТВА

BASIC CONCEPTS OF THE COMPANY'S PRODUCT PORTFOLIO

Анотація. У статті визначено необхідність дослідження продуктового портфеля підприємства, що дозволяє йому визначити ефективність та конкурентоспроможність своїх товарів та послуг на ринку, виявити перспективні напрямки розвитку та оптимізувати свою діяльність. Аналіз продуктового портфеля дозволяє виявити успішні продукти та послуги, а також ті, що приносять найменший прибуток або не відповідають потребам ринку. Дослідження концепцій продуктового портфеля підприємства необхідне для визначення ефективності та стратегічного напрямку розвитку підприємства, допоможе виявити найбільш прибуткові продукти, оптимізувати їхній асортимент, а також виділити перспективні напрямки для розвитку нових продуктів. виділено дві основні точки зору на сутність продуктового портфелю підприємства. До першої відноситься точка зору дослідження продуктового портфелю як процесу. До другої відноситься точка зору дослідження продуктового портфелю як структури ринку.

Ключові слова: продуктивний портфель підприємства, продуктова політика підприємства, асортимент, торгівля, підприємство.

Abstract. The article examines the necessity of researching the company's product portfolio, which allows it to determine the effectiveness and competitiveness of its goods and services on the market, identify promising directions for development and optimize its activities. Product portfolio analysis allows you to identify successful products and services, as well as those that bring the least profit or do not meet the needs of the market. The study of the concepts of the company's product portfolio is necessary to determine the efficiency and strategic direction of the company's development, it will help to identify the most

profitable products, optimize their assortment, as well as identify promising directions for the development of new products. two main points of view on the essence of the company's product portfolio are highlighted. The first refers to the point of view of product portfolio research as a process. The second refers to the point of view of researching the product portfolio as a market structure.

Keywords: product portfolio of the enterprise, product policy of the enterprise, assortment, trade, enterprise.

Постановка проблеми. У сучасних економічних умовах необхідність дослідження продуктового портфеля підприємства стає дедалі актуальнішою. Дослідження продуктового портфеля дозволяє підприємству визначити ефективність та конкурентоспроможність своїх товарів та послуг на ринку, виявити перспективні напрямки розвитку та оптимізувати свою діяльність.

Аналіз продуктового портфеля дозволяє виявити успішні продукти та послуги, а також ті, що приносять найменший прибуток або не відповідають потребам ринку. Це дозволяє підприємству приймати обґрунтовані рішення щодо зміни асортименту, ціноутворення, маркетингових стратегій та інших аспектів діяльності.

Дослідження продуктового портфеля також допомагає підприємству адаптуватися до ринкових умов, що змінюються, знижувати ризики і збільшувати ефективність бізнесу. Таким чином, цей аналіз є важливим інструментом для покращення конкурентоспроможності та стійкості підприємства на ринку.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Теоретико-методологічні аспекти управління продуктовим портфелем підприємства привертала до себе увагу багатьох таких авторитетних науковців, як Ф. Букерель, В. Дикань, Т. Гончарук, Д. Дей, С. Дуглас, Дж. Р. Еванс, Ф. Котлер, О. Кузьмін, Ж.-Ж. Ламбен, Р. Ланкар, Т. Левітт, О. Маслак, П. Перерва, Л. Українська та інших.

Формування цілей. Метою статті є дослідження основних концепцій продуктового портфелю підприємства.

Виклад основного матеріалу. Дослідження концепцій продуктового портфеля підприємства необхідне для визначення ефективності та стратегічного напрямку розвитку підприємства. Це допоможе виявити найбільш прибуткові продукти, оптимізувати їхній асортимент, а також виділити перспективні напрямки для розвитку нових продуктів.

Також, дослідження концепцій продуктового портфеля дозволить оцінити конкурентні переваги підприємства на ринку, визначити рівень ризику та потенційну прибутковість кожного продукту, а також визначити необхідні зміни у стратегії розвитку.

Дослідження концепцій продуктового портфеля допоможе підприємству приймати обґрунтовані рішення щодо розвитку бізнесу, оптимізувати витрати та ресурси, підвищити конкурентоспроможність та задовольнити потреби клієнтів.

На сьогоднішній день, в економічній літературі [1, 3, 6, 9, 12, 18, 21, 23] виділено дві основні точки зору на сутність продуктового портфелю підприємства. До

першої відноситься точка зору дослідження продуктового портфелю як процесу. До другої відноситься точка зору дослідження продуктового портфелю як структури ринку.

Концепція продуктового портфеля підприємства з точки зору процесу – це управління асортиментом продукції та послуг з метою максимізації прибутку та задоволення потреб споживачів. Цей процес включає аналіз ринку, конкурентного середовища, а також внутрішніх ресурсів підприємства, щоб визначити оптимальне співвідношення продуктів і послуг в портфелі.

Процес управління продуктивним портфелем включає розробку стратегії портфеля, визначення життєвого циклу кожного продукту, виділення інвестицій у розробку нових продуктів і зняття застарілих з виробництва. Підприємство повинно також враховувати потреби та уподобання споживачів, а також технологічні тренди, щоб успішно управляти своїм продуктивним портфелем.

Продуктивний портфель підприємства є ключовим елементом стратегії бізнесу та способом диверсифікації ризиків. Правильно керований та збалансований портфель продуктів допоможе підприємству бути конкурентоспроможною на ринку та забезпечить їй стабільну прибутковість у довгостроковій перспективі [1, 3, 6, 9, 12, 18, 21, 23].

Концепція продуктового портфеля підприємства як структури ринку визначає продуктивний портфель підприємства як сукупність товарів та послуг, які підприємство пропонує на ринку. Кожен продукт або послуга в портфелі має унікальні характеристики, сегмент призначення, цінову політику тощо.

Структура продуктового портфеля підприємства також може відображати структуру ринку, де підприємство працює. Наприклад, якщо підприємство працює на різноманітних ринках, то її продуктивний портфель буде різноманітним і включатиме в себе товари та послуги для різних аудиторій та сегментів.

Різнманітність продуктів у портфелі також може допомогти підприємству знизити ризики, пов'язані з попитом та конкурентною боротьбою на ринку, оскільки якщо один продукт не виправдовує очікування, прибуток за іншими продуктами може компенсувати збитки [1, 3, 6, 9, 12, 18, 21, 23].

Таким чином, концепція продуктового портфеля підприємства як структури ринку передбачає створення різноманітного портфеля продуктів, відповідальних за успіх підприємства на різних сегментах ринку та забезпечення сталого зростання та розвитку бізнесу.

Відповідно до дослідження продуктового портфелю, процес його формування та управління включає наступні етапи:

- аналіз ринку та конкурентів (проведення дослідження ринку для визначення потреб споживачів, аналіз конкурентного оточення та виявлення трендів галузі);
- визначення стратегії продуктового портфеля (на основі результатів аналізу розробляється стратегія розвитку продуктового портфеля, що включає вибір напрямів розвитку, цільових сегментів ринку та позиціонування продуктів);

- планування портфеля продуктів (визначення життєвого циклу продуктів, розробка планів щодо впровадження нових продуктів на ринок, модернізації існуючих та застарілих продуктів, зняття з виробництва неефективних продуктів);

- реалізація стратегії портфеля товарів (здійснення всіх необхідних заходів для впровадження, просування та управління продуктами відповідно до обраної стратегії розвитку);

- моніторинг та аналіз результатів (постійне відстеження результатів продажу, прибутку, задоволеності клієнтів, оцінка ефективності продуктового портфеля та коригування стратегії, за потреби) [1, 3, 6, 9, 12, 18, 21, 23].

Таким чином, управління продуктовим портфелем підприємства є безперервним процесом, який спрямований на підвищення конкурентоспроможності та прибутковості за рахунок оптимізації асортименту продукції та задоволення потреб споживачів.

Отже, підприємство досягає успіху і ефективності в результаті змін, направлених на специфічні потреби, в кінці кінців, маючи диференційовані переваги над суперниками. Джерелами таких зміни є інновації, які сприяють не тільки підвищенню конкурентоспроможності підприємства, що застосовує їх, але і унаслідок свого розповсюдження у суспільному прогресу.

Проте, слід зазначити, що інновації є хоча і важливими, але далеко не єдиним джерелом конкурентних переваг підприємства. Таким чином, дана теорія лише частково пояснює природу конкуренції.

При дослідженні будь-якої галузі виділяють 5 основних сил, що формують продуктовий портфель підприємства:

- загроза появи нових підприємств;
- загроза появи продукції-замінників;
- ринкова влада продавці;
- ринкова влада покупців;
- конкуренція серед вже існуючих конкурентів [1, 3, 6, 9, 12, 18, 21, 23].

Таким чином, для визначення концепції продуктового портфелю підприємства має важливого значення позиціонування. Позиціонування - це визначення місця підприємства на ринку. Існують два типи переваги продуктового портфелю підприємства: низькі витрати і диференційовані товари. Низькі витрати - це здатність підприємства розробити, провести, розрекламувати, продати і так далі продукцію ефективніше, ніж інші конкуруючі підприємства. Диференційовані товари - товари, що мають унікальну, високу цінність для споживачів. Інший фактор, що впливає на позицію підприємства в будь-якій галузі - масштаб конкуренції (широкий або вузький), на який орієнтується підприємство в рамках своєї галузі. Підприємство повинно вирішити, скільки різновидів продукції випускати, якими каналами збуту користуватися, яке коло покупців обслуговувати і так далі.

Висновки. Підприємства добиваються конкурентної переваги, якщо здійснюють нововведення. Само нововведення в подальшому конкуренти можуть скопіювати, але

переваги, отримані завдяки швидкій реакції на зміну структури галузі, часто залишаються за підприємством-новатором. Конкурентоспроможність підприємства визначається, по-перше, правильністю структурного аналізу галузі, а, по-друге, вивіреністю і успішністю стратегії підприємства.

Список використаних джерел

1. Балахонова О.В., Захарченко В.І., Величко М.Р. Оптимізація інвестиційного ризику з використанням інструменту його диверсифікації. *Ринкова економіка : сучасна теорія і практика управління* : зб. наук. праць. Одеса: ОНУ, 2019. Вип. 1/41. Т. 18. С.57-68.
2. Гріщенко І.В., Кобаль О.А. Завдання оцінки фінансового стану підприємства. *Соціально-економічні трансформації у розвитку держави*: зб. наук. праць. Всеукраїнська науково-практична конференція, м. Вінниця, 22-23 квітня 2021. С. 74-77.
3. Балахонова О.В. Теорії конкуренції та практики визначення конкурентоспроможності в умовах безпекоорієнтованого розвитку. Колектив. моногр.; за ред. М.М.Меркулова. Ізмаїл-Одеса: Фенікс, 2020. 196 с.
4. Балахонова О.В. Актуальні проблеми економіки і менеджменту: теорія, інновації та сучасна практика. Колектив моногр., книга сьома / за ред. д.е.н, проф. Кузнєцова Е.А. Херсон: ОЛДІ-ПЛЮС, 2020. 340 с.
5. Балахонова О.В. Удосконалення підходів в дослідженнях саморозвитку виробничо-господарських систем. *Ринкова економіка : сучасна теорія і практика управління* : зб. наук. праць. Одеса: ОНУ, 2020. Вип. 3/46. Т. 20. С.146-159.
6. Балахонова О.В. Характер інноваційності сучасних економічних систем. *Науковий вісник Міжнародного гумані-тарного університету* : зб. наук. праць. Одеса: Видавничий дім «Гельветика», 2020. Серія: Економіка і менеджмент Вип. 43. С.4-12.
7. Балахонова О.В. Аналіз підходів до вибору господарської системи сталого розвитку. *Освіта, економіка управління: сучасний стан та інновації* : зб. наук. праць. Ізмаїл: РВВ ІДГУ, 2021. Вип. 6. С.4-13.
8. Балахонова О.В. Економічна політика країни в контексті бюджетних обмежень. *Матер. X міжнар. науково-практ. конф. «Формування потенціалу економічного розвитку промислових підприємств»*. Одеса, Державний університет «Одеська політехніка» 2021. С.57-59.
9. Балахонова О.В., Мельниченко Д.О. Удосконалення системи управління персоналом в лікувально-профілактичній установі. *Матер. VIII міжнар. науково-практ. конф. «Глобалізація: співвідношення міжнародних та національних економічних інтересів під впливом нових викликів»* (9 квітня 2021) Одеса, 2021. С.55-59.
10. Балахонова О.В. Подвійність управлінського консультування: професійна діяльність і ділова активність. *Ринкова економіка : сучасна теорія і практика управління*: зб. наук. праць. Одеса: Одеський національний університет ім. І. Мечникова, 2018. Вип. 1/38. Т. 17. С.42-52.

11. Балахонова О.В. Сучасні тенденції в системі управлінської звітності в контексті євроінтеграційних процесів. *Матер. III міжнар. науково-практ. конф. «Фінансові та економічні аспекти підприємництва»* (12-13 грудня 2018). Ірпінь, 2018. С.113-115.
12. Балахонова О.В., Коломієць М.В. Ресурсна база сучасного розвитку малого та середнього бізнесу в Україні. *«Економіка. Фінанси. Право»*. № 11/1. 2017. С.54-58.
13. Балахонова О.В., Захарченко Н.В. Теорія і практика регулювання економічних відносин у нестабільному середовищі. *Міжн. наук. вир. журнал «Сталий розвиток економіки»*. № 2. 2017. С.83-89.
14. Гріщенко І.В., Кобаль О.А. Оцінка показників в процесі фінансового планування підприємства. *Перспективи розвитку фінансово-економічного простору України* : зб. наук. праць. Вінниця, 2020. С. 223-225.
15. Гріщенко І.В., Білецька Н.В., Циганчук В.А. Фактори активізації інвестиційної привабливості підприємств. *Підприємництво і торгівля*. 2017. № 22. С. 64-76.
16. Гріщенко І.В., Білецька Н.В., Клівіденко Л.М. Інвестиційно-інноваційний розвиток підприємств в умовах системних перетворень. *Вісник Львівської комерційної академії*. Серія економічна. 2016. № 50. С. 157-161.
17. Гріщенко І.В., Громова О.Є. Методи підвищення інвестиційно-інноваційного потенціалу підприємства в умовах забезпечення конкурентоспроможності продукції. *Регіональна бізнес-економіка та управління*. 2014. №1(41). С. 14-18.
18. Гріщенко І.В., Білецька Н.В., Одінцова О.О. Механізм формування конкурентоспроможності підприємств в сучасних економічних умовах. *Економіка та суспільство*. 2021. № 34. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-34-626>.
19. Гріщенко І.В., Білецька Н.В., Циганчук В.А. Виявлення порушень у процесі аудиту фінансової звітності підприємств. *Вісник Львівського торговельно-економічного університету. Сер. Економічні науки*. 2018. Вип. 54. С. 133-138.
20. Гріщенко І.В., Білецька Н.В., Циганчук В.А., Мазур О.В. Методи забезпечення ефективності інвестиційно-інноваційних проектів. *Вісник Львівського торговельно-економічного університету*. 2020. Вип. 60. С. 30-34.
21. Гріщенко І.В., Гринчук Т.П., Циганчук В.А. Методи формування конкурентоспроможності підприємств. *Економіка та суспільство*. 2022. № 39. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-39-82>.
22. Балахонова О.В., Захарченко В.І. Обґрунтування побудови механізму управління інноваційним розвитком регіону. *Науковий журнал «Інноваційна економіка»*. 2016. №7-8 (64). С.86-89.
23. Балахонова О.В., Леухін К.К. Методика аналізу структури власного капіталу підприємства. *Подільський науковий вісник*. Науки: економіка, педагогіка. 2020. № 2. С. 14- 18.