

Список використаних джерел:

1. Олійник Т.І., Сапожніков Н. Адаптивні стратегії підприємницького бізнес-середовища: планування асортименту та контроль якості продукції. *Ефективна економіка*. 2024. <https://doi.org/10.32702/2307-2105.2024.8.69>.
2. Гринько Т.В. Управління адаптивним інноваційним розвитком промислових підприємств: економічне обґрунтування та концептуальні засади: Монографія. Донецьк, 2011. 352 с.
3. Гринько Т.В. Основи управління адаптивним інноваційним розвитком підприємства. *Проблеми економіки*. 2011. № 3. С. 94–97.
4. Гринько Т.В., Єрмакова Г.В. Сутність інноваційної активності підприємства та її оцінка. *Бізнес Інформ*. 2011. № 11(406). С. 62–64.
5. Гринько Т.В. Формування інноваційної інфраструктури України як основа активізації інноваційної діяльності підприємств. *Вісник національного університету «Львівська політехніка»*. 2008. № 628. С. 438–442.

Канд. екон. наук Олійник Т. І., Совгир К. С.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

**МЕТОДИ ОЦІНЮВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ, ЯК ЧИННИК
ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА**

У сучасних реаліях бізнес-середовища, яке дуже швидко змінюється, підприємці змагаються за увагу клієнтів. Це спонукає їх удосконалювати свої послуги або продукцію, розширювати свою діяльність та застосовувати ефективні стратегії. Важливо спиратися на саме ту стратегію, яка надасть змоги не тільки підтримувати конкурентоспроможність, а й підвищити її.

Велика конкуренція вимагає від керівників підприємств постійного вдосконалення, аналізу змін попиту, ефективного використання ресурсів, зниження витрат і підвищення якості продукції [1; 4; 5].

Аби втримувати високий рівень конкурентоспроможності у складних умовах сьогодення, основним питанням для підприємців виступає підвищення конкурентоспроможності, у цьому має виступати не лише вдала стратегія управління, а й врахування впливу зовнішніх і внутрішніх факторів для максимізації переваг і мінімізації недоліків, який спонукає економічне середовище до пошуку нових форм і методів конкуренції.

Для оцінки конкурентів, підприємці користуються різними методичними підходами, які є важливим засобом визначення їх рівня конкурентоздатності у порівнянні з іншими гравцями на ринку. Сьогодні існує багато актуальних

методів, які успішно застосовуються на практиці (табл. 1). Вибір методу або комбінації методів є індивідуальним для кожного підприємства і залежить від конкретних цілей, рівня ухвалення рішень та умов конкурентного середовища. Дійсно, кожен із методів оцінки конкурентоспроможності має свої переваги і недоліки, що обмежує їх ефективність у практичному застосуванні. Головною причиною є відсутність чітких і однозначних критеріїв, за якими має проводитися оцінка [3]. Кожне підприємство самостійно визначає свою стратегію для завоювання певного місця на ринку, використовуючи різноманітні можливості, зокрема виробничі, фінансові, ринкові, інтелектуальні, організаційні, інформаційні та інші. У кінцевому результаті цей потенціал надає змогу підприємству бути конкурентоспроможним.

Таблиця 1

Класифікація методів оцінювання конкурентоспроможності підприємства [2]

Ознака класифікації	Група методів	Методи
За способом оцінювання	Кількісні	Інтегральний метод, метод середнього значення, метод коефіцієнтів, аналіз трендів
	Якісні	SWOT-аналіз, метод «мозкового штурму», метод Дельфі
За формою представлення результатів	Матричні	Матриця Котлера, матриця Мак Кінсі, матриця Shell/DPM, матриця географічної диверсифікації, матриця Ансоффа
	Індексні	Індекс конкурентоспроможності, метод «шкала конкурентоспроможності»
	Графічні	Графік стратегічної позиції, багатокутник конкурентоспроможності, діаграма «павук»
За показниками і змінними, що використовують під час аналізу	Методи, що характеризують ринкові позиції	Модель БКГ, аналіз «конкурентної позиції», модель Shell/DPM, метод стратегічного планування, модель Портера
	Методи, що характеризують рівень менеджменту	Оцінка за показниками ефективності, SWOT-аналіз, оцінка лідерських якостей керівників, метод 360 градусів
	Методи, що характеризують фінансово-економічну діяльність	Рентабельність, ліквідність, фінансова стійкість, оборотність активів
За рівнем охоплення аспектів функціонування підприємства	Спеціальні	Фінансові показники, маркетингові стратегії, ефективність виробництва
	Комплексні	Індексні, інтегральні методи, метод балів
За рівнем ухвалення рішення	Стратегічні	Аналіз конкурентних переваг, метод PEST-аналізу, аналіз сценаріїв
	Тактичні	Метод критичного шляху, аналіз доходів і витрат, аналіз беззбитковості

Для досягнення конкурентоспроможності підприємства важливо більше, ніж просто оновлення виробництва та управлінських процесів. Ключовим є глибоке розуміння кожної поставленої мети і, що найважливіше, їх досягнення. Мета, яка сформульована нечітко або є недосяжною, може призвести до серйозних проблем і навіть до зруйнування управлінської структури. Основним завданням є вміння швидко та ефективно використовувати свої конкурентні переваги на ринку. Всі зусилля повинні бути спрямовані на розвиток тих аспектів, які дозволяють підприємству бути більш ефективним у порівнянні з конкурентами.

Список використаних джерел:

1. Салига К. Методи конкурентоспроможності підприємств: формування та оцінка. *Економіка та суспільство*. 2023. Вип. 58. С. 1–6. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-58>.
2. Омельченко Т. Конкурентоспроможність українських підприємств у умовах війни. *Економіка і організація управління*. 2022. Вип. 3. ч. 47. С. 94–102. <https://doi.org/10.31558/2307-2318.2022.3.10>.
3. Леськів Г.З., Франчук В.І., Левків Г.Я., Гобела В.В. Управління конкурентоспроможністю підприємства : навч. посіб. Львів: Львівський державний університет внутрішніх справ, 2022. 220 с.
4. Hviniaashvili, T. Changing the paradigm of strategic enterprise management in a digital economy. *Економічний простір*. 2021. № 172. С. 23–28.
5. Grynko T., Hviniaashvili T., Filippova V. Change management in business structures under the conditions of digitalization. *Ефективна економіка*. 2023. № 5. <http://doi.org/10.32702/2307-2105.2023.5.22>.

Канд. екон. наук Олійник Т. І., Фартушний М. В.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

ОСОБЛИВОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ТОРГОВЕЛЬНИХ МЕРЕЖ: ДОСВІД ЗАКОРДОННИХ ПІДПРИЄМСТВ

У сучасних умовах глобалізації економіки та активного розвитку міжнародної торгівлі досвід світових підприємств у сфері торговельних мереж є надзвичайно важливим для адаптації українських компаній до світових стандартів. Світові торговельні мережі демонструють високу ефективність управління, інноваційність та використання технологічних рішень для оптимізації ланцюгів постачання, що дозволяє задовольняти споживчі потреби на високому рівні.