

Д-р екон. наук Небаба Н. О., Бараннік К. І.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

ОЦІНЮВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ЛОГІСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ НА ОСНОВІ ІНТЕГРАЛЬНОГО ПІДХОДУ

У сучасних умовах розвитку економіки логістичні послуги відіграють важливу роль у забезпеченні функціонування підприємств, розвитку електронної комерції та підтриманні стабільності товарних потоків. Ефективна організація системи доставки є важливою складовою функціонування бізнесу, оскільки саме логістика забезпечує переміщення товарів між виробниками, посередниками та кінцевими споживачами. У зв'язку з цим підвищується значення дослідження конкурентоспроможності підприємств логістичної галузі, яка визначає їх здатність ефективно функціонувати в умовах динамічного ринкового середовища.

Ринок логістичних послуг характеризується високим рівнем конкуренції, швидким розвитком цифрових технологій та постійним зростанням вимог споживачів до якості сервісу. Клієнти очікують не лише швидкої доставки, але й надійності, зручності оформлення відправлень, можливості онлайн-відстеження та високого рівня клієнтської підтримки. У таких умовах підприємства змушені впроваджувати інноваційні технології, оптимізувати логістичні процеси та розширювати інфраструктуру. Саме тому оцінювання рівня конкурентоспроможності підприємств стає важливим інструментом управління їх діяльністю.

Конкурентоспроможність підприємства можна визначити як здатність ефективно використовувати наявні ресурси, забезпечувати високу якість послуг та формувати стійкі ринкові позиції порівняно з іншими учасниками ринку. Для її оцінювання доцільно застосовувати комплексні методи аналізу, що дозволяють враховувати різні аспекти діяльності підприємства. Одним із таких підходів є інтегральний метод, який передбачає узагальнення системи показників у єдиний комплексний індикатор.

Інтегральний підхід базується на використанні системи показників, що характеризують ключові фактори конкурентоспроможності підприємства. До таких показників можуть належати швидкість доставки, рівень цифровізації сервісів, масштаб логістичної інфраструктури, ефективність використання ресурсів, рівень інноваційності та якість обслуговування клієнтів. Сукупність

цих характеристик дозволяє отримати об'єктивну оцінку позицій підприємства на ринку.

Методика інтегральної оцінки передбачає кілька послідовних етапів. На першому етапі формується система показників, які характеризують діяльність підприємства. Далі здійснюється нормування показників з метою приведення їх до єдиної шкали вимірювання. Після цього визначаються вагові коефіцієнти показників залежно від ступеня їх впливу на загальний результат. На завершальному етапі розраховується інтегральний показник конкурентоспроможності підприємства.

Інтегральний показник конкурентоспроможності може бути визначений за формулою:

$$I = \sum_{i=1}^n w_i \cdot x_i, \quad (1)$$

де I – інтегральний показник конкурентоспроможності підприємства;

w_i – ваговий коефіцієнт i -го показника;

x_i – нормоване значення показника;

n – кількість показників.

Застосування інтегрального показника дозволяє узагальнити вплив різних факторів та отримати комплексну оцінку конкурентоспроможності підприємства. Такий підхід дає можливість порівнювати підприємства між собою, визначати їх ринкові позиції та аналізувати динаміку зміни конкурентоспроможності в часі.

Практичне застосування інтегрального підходу може бути продемонстровано на прикладі підприємств логістичної галузі України. Зокрема, одним із найбільш показових прикладів є діяльність ТОВ «Нова Пошта», яке займає провідні позиції на ринку експрес-доставки. Компанія має розгалужену мережу відділень, активно впроваджує цифрові технології та постійно розширює спектр логістичних послуг. Саме такі характеристики формують її конкурентні переваги на ринку.

Використання інтегрального підходу дозволяє системно оцінити рівень розвитку логістичної інфраструктури підприємства, ефективність організації логістичних процесів, технологічність сервісів та якість обслуговування клієнтів. Отримані результати можуть використовуватися для визначення сильних і слабких сторін діяльності підприємства та формування стратегічних напрямів підвищення його конкурентоспроможності.

Таким чином, інтегральний підхід є ефективним інструментом оцінювання конкурентоспроможності логістичних підприємств. Його використання дозволяє комплексно врахувати різноманітні фактори, що впливають на діяльність підприємства, та сформуванню узагальненого показника його ринкових позицій. У сучасних умовах розвитку логістичної галузі застосування таких методів аналізу сприяє підвищенню обґрунтованості управлінських рішень і забезпечує можливість формування довгострокових конкурентних переваг підприємств.

Список використаних джерел:

1. Крикавський С. В. Логістика та управління ланцюгами поставок. Львів: Львівська політехніка, 2019. 848 с.
2. Бауерсокс Д. Дж., Клосс Д. Дж. Логістичний менеджмент. Київ: Центр навчальної літератури, 2018. 560 с.
3. Porter M. Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors. New York: Free Press, 2008. 396 p.
4. Christopher M. Logistics and Supply Chain Management. London: Pearson Education, 2016. 288 p.

Нестеренко І. Є.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

ІНСТРУМЕНТИ DIGITAL-МАРКЕТИНГУ ДЛЯ ПРОСУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВА НА РИНКУ ПОСЛУГ

Сучасний етап розвитку ринку послуг характеризується не лише зростанням конкуренції, але й глибокою трансформацією поведінки споживачів під впливом цифрових технологій. Потенційний клієнт сьогодні приймає рішення не імпульсивно, а на основі попереднього аналізу інформації, відгуків, візуального сприйняття бренду та рівня його онлайн-активності. У зв'язку з цим підприємства сфери послуг опиняються в умовах, де їх конкурентоспроможність визначається не стільки якістю базової послуги, скільки ефективністю цифрових комунікацій та здатністю формувати довіру ще до моменту першого контакту. Саме тому інструменти digital-маркетингу набувають стратегічного значення та виступають не допоміжним, а визначальним елементом розвитку підприємства [1].