

та функціональними показниками, орієнтований як на внутрішній, так і на зовнішній ринок [3].

Поточні тенденції у виробництві та маркуванні дієтичних кисломолочних напоїв демонструють інтеграцію інноваційних технологій, біотехнологічних методів та цифрових рішень у всі стадії виробничого циклу. Такий комплексний підхід забезпечує створення продуктів стабільної якості, високої харчової цінності та безпечності, що відповідають сучасним запитам споживачів і сприяють підвищенню довіри до виробника. Подальший розвиток технологій, удосконалення систем стандартизації та контролю якості створює передумови для збільшення частки функціональних дієтичних продуктів на ринку та сприяє формуванню здорового харчування населення, з одночасним підвищенням конкурентоспроможності підприємств харчової промисловості.

### Список використаних інформаційних джерел

1. Коваленко І. В. Технологія виробництва кисломолочних продуктів. Київ : Аграрна наука, 2022. – 280 с.
2. Гринюк С. П. Біотехнологічні аспекти виробництва функціональних молочних продуктів. Харків : ХНАМГ, 2023. – 310 с.
3. Марченко О. С. Контроль якості та стандартизація молочних продуктів. Львів : ЛНУВМБТ, 2021. – 250 с.
4. Fuentes, M., Hernando, I. Functional Dairy Products: Innovation in Probiotic Fermentation. London: Elsevier, 2023. – 385 p
5. Tamime, A. Y., Robinson, R. K. Yogurt: Science and Technology. 4th Edition. Boca Raton : CRC Press, 2022. – 450 p.

## МЕТОДОЛОГІЯ ОЦІНКИ ТА УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА НА МІЖНАРОДНОМУ РИНКУ

*В. М. Василенко, спеціальність Підприємництво та торгівля, група 8.02.076.050.24.1*

*Л. Л. Константиновський, викладач кафедри підприємництва, торгівлі та туристичного бізнесу, PhD підприємництва, торгівлі, біржової діяльності – науковий керівник Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця*

У сучасних умовах глобалізації міжнародний ринок стає дедалі більш конкурентним. Торговельні підприємства стикаються з необхідністю оперативно реагувати на зміни кон'юнктури,

впроваджувати інноваційні підходи та формувати довгострокові конкурентні переваги [2]. Управління конкурентоспроможністю перетворюється на один із ключових чинників забезпечення стійкості та розвитку бізнесу в міжнародному середовищі. Незважаючи на значну кількість досліджень, у науковій та практичній площині залишається низка проблем: відсутність єдиної методики вимірювання конкурентоспроможності торговельного підприємства; складність врахування специфіки міжнародного ринку; недостатня адаптація стратегій управління до умов цифровізації економіки; обмеженість практичних інструментів прогнозування конкурентоспроможності в динамічному середовищі.

Конкурентоспроможність торговельного підприємства визначається його здатністю забезпечувати стабільний попит на товари та послуги в умовах міжнародної конкуренції, формувати цінність для споживача та ефективно використовувати ресурси. Для її оцінки доцільно застосовувати багаторівневу методологію, що включає кількісні та якісні індикатори.

Таким чином, для повної оцінки конкурентоспроможності доцільним є поєднання кількісних і якісних методів, що дозволяє врахувати як внутрішні можливості підприємства, так і зовнішні загрози.

Сучасні тенденції розвитку ринку ритейлу свідчать, що конкурентоспроможність торговельних підприємств формується під впливом як внутрішніх можливостей [2], так і зовнішніх викликів [1]. Зростання конкуренції, прискорення цифровізації, зміни у споживчих уподобаннях та посилення ролі сталого розвитку вимагають від компаній пошуку нових підходів до управління конкурентними перевагами.

Традиційні методи управління, орієнтовані виключно на цінові фактори чи оптимізацію витрат, поступово втрачають свою ефективність. Натомість актуальності набувають комплексні стратегії, які поєднують інноваційність, гнучкість бізнес-моделі, використання цифрових технологій, формування сильної ідентичності бренду та впровадження принципів соціальної відповідальності [4].

Напрями удосконалення управління конкурентоспроможністю торговельного підприємства на глобальному ринку може бути досягнуто шляхом застосування різноманітних заходів. Приклади таких заходів наведено у табл. 1.

**Таблиця 1 – Напрями удосконалення управління конкурентоспроможністю торговельного підприємства на глобальному ринку**

<b>Напрямок удосконалення</b>	<b>Заходи реалізації</b>
Розвиток системи оцінки конкурентоспроможності	<ul style="list-style-type: none"> <li>- створення інтегрованої системи індикаторів (фінансових, маркетингових, операційних);</li> <li>- впровадження методик багатокритеріального аналізу;</li> <li>- регулярне використання бенчмаркінгу для порівняння з міжнародними лідерами</li> </ul>
Цифровізація управлінських процесів	<ul style="list-style-type: none"> <li>- автоматизація бізнес-процесів за допомогою ERP та CRM систем;</li> <li>- використання Big Data та штучного інтелекту для прогнозування попиту й оптимізації цін;</li> <li>- розвиток електронної комерції та омні-канальних платформ</li> </ul>
Посилення інноваційної складової	<ul style="list-style-type: none"> <li>- впровадження нових форматів торгівлі (маркетплейсів, мобільні додатки, віртуальні шоуруми);</li> <li>- розробка унікальних товарних пропозицій та сервісів;</li> <li>- створення інноваційних партнерств з технологічними компаніями.</li> </ul>
Оптимізація логістики та ланцюгів постачання	<ul style="list-style-type: none"> <li>- диверсифікація джерел постачання для зниження ризиків;</li> <li>- застосування сучасних логістичних рішень (хмарні платформи управління постачанням, трекінг стоку у режимі реального часу);</li> <li>- розвиток «зеленої логістики»</li> </ul>
Формування сильної ідентичності бренду на міжнародному рівні	<ul style="list-style-type: none"> <li>- посилення маркетингових комунікацій, орієнтованих на різні культури;</li> <li>- застосування стратегій емоційного брендингу;</li> <li>- розвиток корпоративної соціальної відповідальності як складової культури компанії</li> </ul>
Управління кадровим потенціалом	<ul style="list-style-type: none"> <li>- формування мультикультурних команд для роботи з іноземними партнерами;</li> <li>- навчання персоналу сучасним технологіям і методам управління;</li> <li>- впровадження системи мотивації, спрямованої на розвиток інноваційності та клієнтоорієнтованості</li> </ul>

Розроблено автором на основі [1, 3, 4].