

8. Захоплення брендингом призводить до того, що за ціновими характеристиками товари вітчизняних виробників витісняються в цінову категорію, орієнтовану на середній клас, навіть за вітчизняними мірками.

9. Ще однією специфікою українського ринку, яка суттєво впливає на маркетингову діяльність, є проблема якості. Її можна умовно розділити на три рівні: ринкова грамотність вітчизняних споживачів, тобто наявність у них знань для можливості об'єктивно оцінити якість продукції; проблеми зі створенням і збереженням стабільності якості виробниками; впровадження на підприємствах світових стандартів і TQM [2].

Все це в сукупності призводить до диспропорції між суб'єктивним і об'єктивним якістю товарів, проблемам з ціноутворенням, формуванням іміджу брендів, їх життєвим циклом.

Тому, пріоритетним напрямком промислової політики держави має стати сприяння формуванню великого бізнесу на базі існуючих українських підприємств. У теперішній час вітчизняні підприємства повинні організовувати власну маркетингову діяльність у разі виходу на міжнародний ринок на основі співпраці з провідними іноземними компаніями, переймаючи їх досвід, клієнтуру і знання.

[1] Ціх Г. Особливості вибору маркетингової стратегії. *Галицький економічний вісник*. 2018. №2(27). С.79-83.

[2] Гетьман О. А. Определение закономерностей между построением организационной структуры и эффективностью работы организации. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2014. № 47. С. 70-76.

УДК 339.138

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА СИСТЕМИ АНАЛІЗУ ТА ОЦІНКИ КОМЕРЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

GENERAL CHARACTERISTICS OF THE SYSTEM FOR ANALYSING AND EVALUATING THE COMPANY'S COMMERCIAL ACTIVITY

канд. екон. наук Т.В. Деділова¹, Жованик О.О.¹

¹*Харківський національний автомобільно-дорожній університет (м. Харків)*

T.V.Dedilova¹, PhD (Econ.), O.O. Zhovanyk¹

¹*Kharkiv National Automobile and Highway University (Kharkiv)*

Система аналізу та оцінки комерційної діяльності підприємства – це комплексний підхід до збору, обробки та інтерпретації даних щодо різних аспектів діяльності підприємства з метою оцінки його ефективності,

фінансового стану, ринкової позиції та стратегічного напрямку. Ця система використовується для аналізування внутрішніх і зовнішніх факторів, що впливають на успішність підприємства, з метою прийняття обґрунтованих рішень та розробки стратегій розвитку. Вона включає в себе оцінку фінансових показників, ринкового середовища, операційної ефективності та інших аспектів діяльності, що дозволяє зрозуміти сильні та слабкі сторони підприємства, виявити можливості для покращення та розробити рекомендації для його подальшого розвитку [1].

Згідно з [2, 3] основні елементи системи аналізу та оцінки комерційної діяльності підприємства включають наступні аспекти.

Фінансовий аналіз. Цей елемент включає оцінку фінансових показників підприємства, таких як прибуток, витрати, активи, зобов'язання та показники рентабельності. Це дозволяє зрозуміти фінансове становище підприємства, його потенціал для збільшення доходів та ефективного використання ресурсів.

Ринковий аналіз. Містить оцінку ринкової ситуації, конкуренції, поведінки споживачів та потенційних клієнтів. Цей аналіз допомагає визначити місце підприємства на ринку, його конкурентні переваги та можливості для залучення нових клієнтів.

Аналіз операційної ефективності. Оцінка процесів та результативності операцій підприємства дозволяє виявити ефективність виробничих процесів, ланцюга постачання, складського управління та інших операційних аспектів. Це допомагає виявити можливості для оптимізації та підвищення продуктивності.

Стратегічний аналіз. Включає оцінку стратегічного напрямку підприємства, аналіз конкурентного середовища, визначення цілей та стратегій розвитку. Цей аналіз дозволяє встановити довгострокову перспективу підприємства та визначити необхідні кроки для досягнення успіху.

Інноваційний аналіз. Полягає в оцінюванні інноваційного потенціалу підприємства, аналіз нововведень, дослідження технологічних трендів та можливостей для впровадження інновацій. Цей аналіз допомагає підприємству залишатися конкурентоспроможним і адаптуватися до змін на ринку.

Таким чином, застосування системи аналізу та оцінки комерційної діяльності підприємства дозволяє зрозуміти його сильні та слабкі сторони, виявити можливості для поліпшення та розвитку. Це допомагає підприємствам приймати обґрунтовані рішення, забезпечувати конкурентні переваги та досягати успіху на ринку.

[1] Причепя І. В., Лесько О. Й., Горенко Р. В. До питання комерційної діяльності: поняття, фактори впливу, особливості управління за сучасних умов. *Економіка та суспільство*. 2022. Випуск №35. DOI : <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-35-39>.

[2] Романчик Т. В., Бровкова М. О. Управління комерційною діяльністю підприємства в умовах

ринкової економіки. URL: <https://repository.kpi.kharkov.ua/server/api/core/bitstreams/fe1aaabe-4003-4037-b66d-feb23a19bb21/content> (дата звернення: 30.05.2023).

[3] Семененко О. Г., Доскоч А. С. Комерційна діяльність підприємства: система аналізу та оцінки. *Економічний вісник Університет Григорія Сковороди в Переяславі*. 2022. Випуск №55. С. 105-118. DOI : <https://doi.org/10.31470/2306-546X-2022-55-105-118>.

УДК 658.8.339.1

ТЕНДЕНЦІЙ ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙ У ТОРГОВЕЛЬНІЙ СФЕРІ

IMPLEMENTATION INNOVATIONS TRENDS IN THE TRADE SECTOR

канд. екон. наук Т.В. Деділова¹, Д.О. Красиля¹

¹*Харківський національний автомобільно-дорожній університет (м. Харків)*

T.V.Dedilova¹, PhD (Econ.), D.O. Krasylia¹

¹*Kharkiv National Automobile and Highway University (Kharkiv)*

Впровадження інновацій у торговельну діяльність є важливим для українських підприємств, оскільки це дозволяє підвищити конкурентоспроможність, задовольнити потреби клієнтів, покращити ефективність, розширити ринки та адаптуватися до змін.

Український ринок стає все більш конкурентним, і підприємства повинні постійно оновлювати свої продукти, послуги та процеси, щоб виходити вперед. Інновації дозволяють вирізнятися від конкурентів, пропонувати нові рішення, технології та підходи, що привертають увагу клієнтів і створюють перевагу на ринку. Крім того, інновації допомагають підприємствам краще розуміти потреби та бажання споживачів і пропонувати їм нові, унікальні продукти та послуги [1].

Інновації в торговельній діяльності можуть сприяти автоматизації процесів, впровадженню нових технологій та оптимізації робочих процесів. Це дозволяє підприємствам зменшити витрати, підвищити продуктивність та покращити якість своїх продуктів і послуг. Вони допомагають підприємствам розширити свою географію діяльності та зайняти нові ринки. Нові продукти, канали розповсюдження та підходи до маркетингу можуть відкривати можливості для залучення нових клієнтів і розширення бізнесу.

Сучасний бізнес-світ швидко змінюється під впливом технологій, змін