

## СУТНІСТЬ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Сіденко В.С., гр. ЕЗ-20м

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. Р.М. Бугріменко  
Харківський державний університет харчування та торгівлі

У ринкових умовах поведінка та успіх окремого підприємства буде залежати від певної конкурентної переваги та розробки конкурентної стратегії. Чинниками конкурентної переваги можуть бути – матеріальні або віртуальні, зовнішні або внутрішні, базисні або другорядні, стратегічні або тактичні, технічні, економічні, організаційні, психологічні, природно-кліматичні тощо. Підприємство змушене не лише реагувати на зміни структури галузі, але й обирати свою позицію у цій структурі.

Здатність витримувати конкуренцію порівняно з аналогічними об'єктами на даному ринку визначає конкурентоспроможність, як властивість об'єкта з певним ступенем реального чи потенційного забезпечення ним конкретної потреби у порівнянні з аналогічними об'єктами певного ринку. Отже, конкурентоспроможність – це реальна чи потенційна можливість фірм в існуючих умовах проектувати чи збувати товари, які за ціновими чи неціновими характеристиками більш привабливі для споживачів, ніж товари їх конкурентів.

Конкурентоспроможність об'єкта визначається відносно конкретного ринку або групи споживачів за відповідними ознаками сегментації ринку. Конкурентна боротьба і швидко мінливе зовнішнє середовище змушують фірми розробляти стратегічні плани.

Стратегічне планування являє собою набір дій і рішень, початих керівництвом, що ведуть до розробки специфічних стратегій, призначених для того, щоб допомогти організації досягти своїх цілей.

Стратегічне планування – процес управління розвитком і зберіганням відповідності стратегії й організації компанії, з одного боку, і зміною зовнішніх умов – з іншого.

Слід зазначити, що формування умов відбувається за різними напрямками. Це залежить від специфіки бізнесу, в якому працює фірма, від форми ринку, від фази життєвого циклу фірми, її продукції та загалом конкурентного статусу фірми. Відіграють свою роль ще безліч випадкових чинників, дія яких може залишитись несуттєвою, а може, при певному збігу обставин, принести фірмі великі можливості або руйнівні загрози.