

С.М. Шинкар, канд. екон. наук, доц. (*ХДУХТ, Харків*)
О.В. Михайлова, канд. екон. наук, доц. (*ХДУХТ, Харків*)

НАПРЯМИ РОЗВИТКУ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ УКРАЇНИ ЗА СУЧАСНИХ УМОВ

В умовах євроінтеграції України загострюється проблема формування підприємствами вітчизняного ритейлу конкурентних переваг. Для досягнення певних конкурентних переваг необхідно дотримуватись ряду умов і факторів. Дуже часто основними факторами, за яких оцінюється конкурентна перевага, є: якість, ціна, позиціонування товару і корпоративний імідж або соціальна репутація.

У сфері ритейлу існує безліч конкурентних переваг, нами виокремлено найважливіші, що формуються за умов імплементації Угоди з ЄС, дії якої спрямовані на прихильність суспільству та навколишньому середовищу. Напрями розвитку конкурентних переваг у сфері ритейлу поділяються на три окремі категорії: продукція (більшою мірою стосується харчової продукції); охорона навколишнього середовища; мотивація та кваліфікація співробітників (табл. 1). Кожний вид робить свій внесок у створення конкурентної переваги. Для досягнення конкурентних переваг слід підходити до цих цінностей як до системи.

Таблиця 1

Напрями розвитку конкурентних переваг у сфері ритейлу України

Напря́м	Пояснення
1	2
Категорія «Продукція»	
Безпечність та якість продукції	Безпека і якість продукції пов'язані з обробкою, приготуванням, зберіганням продуктів харчування, харчових добавок і харчової композиції в цілому і таке інше
Багатий і відібраний асортимент	Багатий і відібраний асортимент відноситься до різноманітної продукції та брендів, формування продуктового набору, якісної і кількісної структури асортименту, частоти оновлення. Пропозиція різноманітних продуктів від українських виробників (сезонних фруктів і овочів), біопродуктів і спеціальних продуктів (для діабетиків, гурманів)
Критерії відбору постачальників і підготовка постачальників	Дотримання різних критеріїв відбору постачальників, таких як соціальна відповідальність перед виробниками, адекватна оплата, заборона на дитячу працю і т.д.

Продовження табл. 1

1	2
Категорія «Охорона навколишнього середовища»	
Перетворення відходів і ефективність використання ресурсів	Перетворення відходів упаковки, біорозкладаних відходів, відходів рослинного і тваринного походження, відновлення і скорочення споживання
Споживання енергії і викиди вуглецю	Споживання енергії з магазинів і автопарку. Викиди парникових газів (CO ₂) від споживання енергії та холодоагентів
Споживання упаковки та інноваційні підходи до упаковки	Споживання упаковки (фольга, папір, картон, пластик) і впровадження інноваційних підходів до упаковки (наприклад, багаторазова упаковка)
Категорія «Мотивація та кваліфікація співробітників»	
Залучення та мотивація співробітників	Залучені та мотивовані співробітники пов'язані з цілями і цінностями компанії, прагнучи внести свій вклад в успіх бізнесу, покращуючи при цьому своє благополуччя. Це також пов'язано з залученням і утриманням співробітників, відповідною винагородою для співробітників, якої достатньо, щоб мати можливість жити добре.
Здоров'я та безпека на роботі	Забезпечення безпеки і здоров'я у всіх видах діяльності організації, дотримання мінімальних стандартів
Залучення відповідного персоналу	Залучення відповідного персоналу з необхідними навичками, знаннями і потенціалом розвитку
Партнерство з професійними школами та університетами	Партнерство з професійними школами та університетами (наприклад, партнерство з Інститутом бізнесу)
Соціальні допомоги	Соціальні пільги для працівників