

## СКЛАДОВІ КОНКУРЕНТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ

**Афанасьєва М.В., асп.**

Науковий керівник – д-р екон. наук, проф. **Гросул В.А.**  
Харківський державний університет харчування та торгівлі

Дослідивши різноманітні точки зору науковців і враховуючи специфіку торговельної галузі, нами пропонуються складові конкурентного потенціалу підприємства роздрібною торгівлі:

– технологічний потенціал, елементами формування якого є: торгово-технологічні процеси; форми, способи і методи торговельного обслуговування; якість торговельного обслуговування; технології управління діяльністю підприємств та бізнес-процесами; технології маркетингових комунікацій; технології зв'язків з контрагентами і контактними групами тощо;

– комерційний потенціал, елементами формування якого є: господарські зв'язки з постачальниками (товаровиробниками і торговими посередниками); взаємовідносини з контрагентами; операції торгово-технологічного процесу (зберігання, сортування, фасування, пакування, маркування товарів тощо); товаропостачання; товарорух; логістика тощо;

– маркетинговий потенціал, елементами формування якого є: маркетингові комунікації; інформація про підприємство, товари та послуги; ціни товарів і торговельних послуг; товарний асортимент; бренди торговельного підприємства і товарів; товарні знаки, торговельні марки, логотипи, слогани; фірмовий стиль; засоби реклами тощо;

– клієнтський потенціал, елементами формування якого є: цільовий контингент споживачів; купівельна спроможність споживачів; відношення покупців до торговельного підприємства; клієнтська лояльність; довіра і прихильність покупців до підприємства роздрібною торгівлі тощо;

– підприємницький потенціал, елементами формування якого є: новаторство; інновації; тип поведінки та управління; організаційна структура; інтрапренерство; культура торговельного обслуговування; корпоративна культура; управлінські та творчі здібності керівників; здібності та компетенції персоналу торговельного підприємства тощо.

Отже, запропоновано складові конкурентного потенціалу підприємств роздрібною торгівлі: технологічний, комерційний, маркетинговий, клієнтський і підприємницький потенціали.