

business environment in the country and contribute to the identification of new areas for developing reform programs.

4. On the basis of the conducted research on the attitude of young people towards entrepreneurship and the conditions for its development in the Republic of Armenia, it has been established that the main barriers hindering the development of youth entrepreneurship are: lack of (limited) start-up capital; lack of courage to take the first step; lack of knowledge and lack of experience; lack of business idea and business plan. In addition, the Armenian youth consider the lack of connections, underdevelopment or lack of material and technical base, lack of awareness or ineffectiveness of business support programs as factors hindering the opening of a business.

М.С. Гавенко, асп. (*ХНУ, Хмельницький*)

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ ОЦІНЮВАННЯ КОНКУРЕНТНОЇ ПОЗИЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА

Внутрішній конкурентний потенціал підприємств роздрібної торгівлі канцтоварами формується та розвивається під впливом факторів мікросередовища (ринкова позиція, взаємодія з контактними аудиторіями), яке закладає базис для формування різних видів його поведінки. Через те, інноваційність конкурентних переваг набувається за рахунок поєднання:

- існуючого (статичного, позиційного) потенціалу, який формується на оперативному рівні як результат адаптаційного функціонування підприємства;
- динамічного потенціалу, що формується на стратегічному рівні та виступає резервом для підтримки існуючого потенціалу, пусковим механізмом еволюціонування підприємства на основі імплементації інновацій, знань в сфері його діяльності.

Забезпечення конкурентоспроможності полягає у дослідженні потреб споживачів та їх розвиток; оцінці поведінки та можливостей конкурентів; дослідженні розвитку ринку; дослідженні середовища, виготовлення товару, що перевершував би товар конкурента [1].

Оскільки серед вчених не склалося однотайного підходу до системи показників та їх можливості не тільки оцінити рівень конкурентоспроможності, а й уможливити процес управління пріоритетними складовими конкурентоспроможності, важливим є формування системи оцінювання конкурентної позиції та визначення джерела конкурентних переваг підприємств торгівлі та розробка наукового підходу й методики до їх аналізу.

Процес формування системи оцінки конкурентоспроможності потенціалу як основи формування виняткових конкурентних переваг та самої конкурентної позиції представлено в табл. 1.

Таблиця 1

Процес формування системи оцінювання конкурентної позиції підприємства роздрібної торгівлі*

| Етап процесу | Характеристика етапу |
|---|---|
| 1 | 2 |
| Визначення домінантних складових конкурентного потенціалу та їх змісту | Конкурентний потенціал формується за такими складовими: 1. Споживчий потенціал (ринковий та контактний). 2. Фінансовий потенціал. 3. Бізнес-процеси. 4. Клієнтський потенціал. 5. Стратегічний потенціал 6. Потенціал розвитку |
| Вибір інструментів для оцінювання | Зміст окремих складових конкурентного потенціалу характеризується переліком кількісних показників та якісними характеристиками в процесі формування конкурентних переваг та ефективності підприємства загалом |
| Збір інформації | Джерелами інформації виступають статистична річна звітність, результати експертних оцінювань та маркетингової розвідки в динаміці за даними окремих підприємств-конкурентів, що беруть участь в дослідженні |
| Нормалізація показників кількісної оцінки | Для переведення різновимірних показників у співставні одиниці виміру потребується їх нормалізація методом, який буде максимально відповідати умовам оцінювання |
| Зазначення критеріальних обмежень та значущість критеріїв функціональних підсистем управління | Межі ефективного функціонування об'єкту дослідження визначаються фінансовими коефіцієнтами, які мають нормативні значення. Для інших показників орієнтиром слугує вектор привабливих змін, визначений на основі галузевої норми, опублікованих в офіційних статистичних джерелах чи еталонного значення підприємства-конкурента |
| Обґрунтування методики оцінки | Узагальнення оцінок окремих складових конкурентного потенціалу з загальною його оцінкою по підприємству, загалом, можливо здійснити методами інтегрування показників: відносно ідеалу; відносно середнього значення на ринку; відносно еталону |
| Порівняння | Порівняння конкурентного потенціалу загалом, і окремих його складових з даними підприємств-конкурентів, які увійшли до системи оцінювання |
| Аналіз оцінювання конкурентних переваг стратегічної групи конкурентів | Аналіз здійснюється на основі інтегрального показника ефективності використання складових конкурентного потенціалу, визначеного з використанням збалансованої системи показників |
| | Розрахунок інтегральних показників сили та інтенсивності впливу конкурентної позиції |

| 1 | 2 |
|---------------------------|---|
| Інтерпретація результатів | Характеристика конкурентів з точки зору стратегічних та тактичних кроків на шляху реалізації конкурентних стратегій |

* Розроблено автором.

Отже, в умовах динамічного середовища здатність мобілізувати та ефективно використовувати нематеріальні активи та створені на їх основі інноваційні цінності та компетенції, орієнтація на споживача, ефективні бізнес-процеси є запорукою успішного функціонування підприємства на довгострокову перспективу.

Список джерел інформації

1. Шарко В.В. Принципи формування конкурентної стратегії інноваційного розвитку підприємства // Бізнес Інформ. 2019. Вип. 9. С. 92–98. URL: <http://oaji.net/articles/2019/727-1575441554.pdf>

Д.В. Головань, канд. техн. наук, доц. (НАУ ім. М.Є. Жуковського «ХАІ», Харківє)

МАРКЕТИНГОВІ ТА ПІДПРИЄМНИЦЬКІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ В ХАРКІВСЬКОМУ РЕГІОНІ

Наслідки світової фінансово-економічної кризи призвели до послаблення міжрегіональних зв'язків, посиленню міжрегіональної диспропорційності та зниженню загального рівня конкурентоспроможності регіонів України. Незначного гальмування соціально-економічного розвитку в даний період зазнав і Харківський регіон. Незважаючи на це, в ньому відбувається розвиток туристичної та культурної інфраструктури. Тому питання розвитку туристичного бізнесу в Харківському регіоні є актуальним.

Основними показниками, що характеризують діяльність туристичного бізнесу є динаміка зміни суб'єктів туристичної діяльності на ринку та кількості покупців їх продукту. Також на привабливість туристичного бізнесу здійснюють вплив сторонні фактори, що характеризують рівень добробуту населення.

Незважаючи на зростання конкуренції на вітчизняному ринку туристичних послуг, рівень її значно відстає від світового, а це є визначальним фактором процесів концентрації та інтеграції. Тому у