

Секція 20. ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ХАРЧУВАННЯ ТА ТОРГІВЛІ

УДОСКОНАЛЕННЯ ЕТАПІВ ОЦІНКИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Авескулова Ю.Ю., гр. ТК-10

Науковий керівник – ст. викл. Гармаш В.В.

Харківський державний університет харчування та торгівлі

В умовах ринкової економіки конкуренція є формою економічної боротьби між окремими суб'єктами ринку за кращі умови задоволення свого попиту, кращі умови та результати господарювання. Конкуренція проявляє себе в межах конкретної галузі та в межах усього народного господарства. Конкурентоспроможності є одним з вагомих показників стану підприємства як господарчої системи, який визначає перспективи його подальшого розвитку, можливості досягнення стратегічних цілей та завдань. Підтримування або підвищення конкурентоспроможності може розглядатися і як одна з функціональних стратегічних цілей підприємства. З метою підвищення конкурентоспроможності торговельних підприємств нами пропонується вдосконалення етапів оцінки конкурентоспроможності торговельного підприємства.

1 етап – визначення кола підприємств-конкурентів, необхідно розширити ознаки, за якими визначаються конкуренти.

2 етап – збір інформації про діяльність підприємств-конкурентів, необхідно розширити шляхи отримання інформації, необхідної для оцінки конкурентоспроможності, а також забезпечення повноти збору інформації.

3 етап – формування системи оціночних показників, необхідно розширити основні критерії та напрямки оцінки конкурентоспроможності.

4 етап – при обробці інформації та отриманні узагальнюючої оцінки рівня конкурентоспроможності підприємства, необхідно крім загальновідомих методів оцінки, застосовувати і маловідомі методи, такі як метод «еталону» (графічний метод).

Реалізація запропонованих заходів здатна забезпечити підвищення рівня конкурентоспроможності підприємства, в результаті чого прискорення еволюційного розвитку торговельних підприємств до світового рівня.