

СТРАТЕГІЧНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Назаров А., гр. рЕП-41

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **Колмакова О.М.**
Харківський національний університет будівництва та архітектури

Потенційні можливості підприємства при найбільш ефективному використанні ресурсів характеризують стратегічний потенціал підприємства.

Основними складовими стратегічного потенціалу торговельного підприємства, які визначають його потенційні можливості, є: 1. Спроможність до проведення макроекономічного аналізу ситуації в країні та регіоні діяльності. 2. Спроможність до прогнозування змін в обсязі та структурі споживчого попиту. 3. Спроможність до аналізу та прогнозування кон'юнктури ринків ресурсів та капіталу, розробки та реалізації ефективних стратегій взаємодії з ринками для залучення необхідних ресурсів. 4. Спроможність до забезпечення стійкості підприємства до негативних змін у зовнішньому середовищі функціонування за рахунок розробки та реалізації ефективних захисних стратегій. 5. Спроможність до ефективного використання інвестиційних можливостей щодо розвитку ресурсного потенціалу. Рівень освоєння потенційних можливостей підприємства визначає конкурентний статус підприємства. Він характеризує можливості підприємства до ведення конкурентної боротьби, передумови досягнення підприємством визначених конкурентних переваг.

Оцінка перспективних можливостей розвитку внутрішнього потенціалу підприємства передбачає проведення наступної роботи:

1 етап – формування системи показників (елементів стратегічного потенціалу), що обумовлюють внутрішні перспективи зростання конкурентного статусу.

2 етап – оцінка можливостей розвитку окремих елементів стратегічного потенціалу (наприклад, може використовуватися метод балів).

3 етап – визначення значущості окремих елементів стратегічного потенціалу для розвитку підприємства в цілому.

4 етап – узагальнення індивідуальних оцінок перспектив розвитку внутрішнього потенціалу.