

3. Бачення і місія – це образне уявлення діяльності, призначення торговельної організації, які намічають її шлях.

4. Брендінг роботодавців або створення уявлення про те, яким роботодавцем є підприємство, який робить його привабливим місцем роботи і відповідає на питання – що вона може зробити для співробітника.

5. Підтримка корпоративної культури. Підприємство торгівлі повинно орієнтуватися перш за все на загальнолюдські цінності.

6. Корпоративні комунікації. Гарна комунікація вимагає поєднання заздалегідь підготовлених ідей, процедур і конкретного погляду на сьогодення. Імідж повинен відповідати етапу розвитку суспільства.

7. Корпоративна соціальна відповідальність. Інформаційна відкритість є одним із ключових елементів розвитку іміджу підприємства.

8. Підтримка стійкості кампанії. Імідж торговельного підприємства прямо збільшує вартість своїх активів. Він є найважливішим його ринковим активом, який створює сприятливі умови для розвитку свого бізнесу.

УКРАЇНА В ІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСАХ: СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

Горбенко С.А., гр. Е-29ск

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **П.В. Смірнова**
Харківський державний університет харчування та торгівлі

Економічна інтеграція – це процес зближення національних економік шляхом утворення єдиного економічного простору.

Мета економічної інтеграції – вільне переміщення товарів, послуг, капіталів та робочої сили між різними державами.

Інтеграція, це об'єктивне явище, яке поступово охоплює держави по всьому світу.

На даний момент важливу роль у розвитку інтеграції в Україні відіграє її співпраця з такими міжнародними організаціями як ЄС, Митний союз, країни СНД та ООН, а також такими фінансовими інституціями як МВФ та Світовий Банк.

Щодо Європейського Союзу, то в наразі відбуваються позитивні зміни в співпраці даного об'єднання з Україною. Євроінтеграція в Україні охоплює все більше сфер діяльності: науково-технологічну, освітню, промислову, сільськогосподарську, транспортну, телекомунікаційну тощо.

Інтеграція має багато цілей і надає великий перелік переваг для всіх держав, в тому числі, для України, а саме:

1. Доступ до нових ринків збуту, подолання державних торговельних та інвестиційних бар'єрів;

2. Досягнення конкурентних переваг, усунення або пом'якшення конкуренції в інтересах партнерів;

3. Економія на розширенні масштабів виробництва, раціоналізація виробництва, підвищення його ефективності, використання переваг вертикальної інтеграції;

4. Зниження ризику капіталовкладень, що досягається країною шляхом диверсифікованості операцій, виходу на нові перспективні ринки, використання більше різноманітних каналів збуту.

Завдяки залученням інтеграційних ідей в економіку, поліпшилася ситуація в соціальних та геополітичних аспектах.

Наразі Україна знаходиться на етапі вирішення вектору розвитку економіки – це етап пошуку свого місця в новій системі міжнародної спільноти та побудові якісно нових відносин з членами Європейського Союзу.

СИСТЕМА УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

Громова О.В., гр. БАЗ-49м

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **О.М. Филипенко**
Харківський державний університет харчування та торгівлі

Під управлінням конкурентоспроможністю підприємства розуміють процес планування, забезпечення необхідного рівня і підвищення конкурентоспроможності за допомогою цілеспрямованого впливу на умови і чинники, що формують конкурентоспроможність.

Управління конкурентоспроможності є відкритою системою, яка має виходи і входи та складається з керівної та керованої систем, що тісно взаємодіють і є органічно взаємопов'язаними між собою. Керівна система містить складові елементи, які забезпечують сам процес виробничої, комерційної, господарської та інших видів діяльності підприємства. Досягнення високих показників конкурентоспроможності є стратегічною ціллю діяльності підприємства в умовах ринку, для досягнення якої необхідна консолідація всіх підрозділів і ланок системи управління підприємства. Однак, управління конкурентоспроможністю не еквівалентне всій діяльності підприємства з досягнення кінцевих