

різних приватних стратегій, що дозволяють досягти стратегічних цілей організації, у всьому їхньому різноманітті, у рамках обраної базової стратегії й обмежень на використання наявних ресурсів. Кожна стратегічна альтернатива надає організації різні можливості і характеризується різними витратами і результатами

УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ ТОРГІВЛІ

Шип К.В., гр. ЕП-41

Науковий керівник – д-р екон. наук, доц. **О.С. Шуміло**
Харківський національний університет будівництва та архітектури

На сучасному етапі розвитку економіки в Україні вирішення проблеми конкурентоспроможності торговельних підприємств в значній мірі залежить від їх здатності сформувати і реалізувати власну стратегію виживання і розвитку, адекватну нинішнім умовам. Багато залежить від професійного рівня менеджменту, вміння налагоджувати і розвивати взаємовигідні зв'язки зі споживачами продукції і суміжними підприємствами і організаціями, правильного оцінювання потреб, які важливі для обраної галузі.

Для конкурентоспроможності торгового підприємства, необхідно модернізувати управління і чітко знати для чого це робиться, яка мета повинна бути досягнута, виробити тактику і стратегію досягнення мети. Чітка орієнтація на свої порівняльні переваги в конкуренції, невпинний пошук як всередині підприємства, так і поза ним зумовлюють набір функцій і підходи до розробки господарської стратегії.

Конкурентні переваги можуть мати різну природу. Це можуть бути природні умови та історично сформовані, а також умови, які створюються суб'єктами діяльності. Вони можуть досягатися і на базі використання нетехнологічних переваг, наприклад, дешевої робочої сили, дешевих природних ресурсів. Одним з основних чинників завоювання конкурентної переваги в сфері послуг є розвиток нових технологій. Слід пам'ятати, що наявні конкурентні переваги з часом можуть втрачатися, обумовлюючи при цьому падіння «запасу конкурентоспроможності». Сьогодні і в найближчій перспективі для збереження конкурентоспроможності торгівлі підприємства повинні мати в широкому асортименті відносно дешеві, але якісні вироби, швидко і гнучко реагувати на попит, надавати сервісні послуги на високому рівні, бути сприйнятливими до інновацій.

Основними напрямками, що об'єднують методи і засоби дослідження питань формування конкурентоспроможності торговельних підприємств, є системний аналіз і комплексний підхід. Аналіз результатів дослідження конкурентоспроможності торговельних підприємств в умовах ринкової економіки, яка склалася в Україні, дає можливість розглядати її як комплексну характеристику потенційних можливостей забезпечення конкурентних переваг. Джерелами конкурентних переваг є прогресивна організаційно-технологічна і соціально-економічна база торгових підприємств, вміння аналізувати і своєчасно здійснювати заходи щодо зміцнення конкурентних переваг.

У зв'язку з цим склалася об'єктивна необхідність дослідження даної проблеми, узагальнення наявного наукового матеріалу, формулювання, аналіз і розробка пропозицій, що сприяють підвищенню конкурентоспроможності торговельних підприємств за допомогою державного регулювання, використання новітніх досягнень в науково-технічній і технологічній сферах, високого рівня надання послуг, індивідуального сервісу, переваги в умінні діяти в ринковому середовищі.