

Л.І. Безгінова, канд. екон. наук, доц. (*ХДУХТ, Харків*)
Олугбелі Омотаде Оловойо, асп. (*Нігерія*)

ПІДХОДИ ДО ФОРМУВАННЯ МЕХАНІЗМУ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА ТОРГІВЛІ

Вирішення проблеми конкурентоспроможності підприємств торгівлі безпосередньо пов'язане з формуванням ефективного механізму управління їх конкурентоспроможністю. Особливості формування механізму управління їх конкурентоспроможністю значною мірою зумовлюються специфікою торговельної галузі, яка визначена її сутністю як формою товарного обігу, а саме: зв'язок пропозиції товарів із пропозицією торговельних послуг; відносно низька частка необоротних та висока частка оборотних активів у загальній сумі активів підприємства; висока швидкість обороту капіталу, що обумовлене короткою тривалістю комерційного циклу унаслідок виконання функції реалізації; значно коротший життєвий цикл порівняно з підприємствами інших галузей; активне використання короткострокових кредитних коштів для фінансування діяльності; функціонування підприємств торгівлі в різноманітних формах, розмірах, обсягах діяльності, чисельністю зайнятих; вплив специфіки форм обслуговування на структуру витрат і доходів, товарооборот, склад активів та ін.; специфіка формування доходів, витрат і прибутку підприємств; потреба в широкому застосуванні ручної праці, порівняно низький рівень її механізації та технічної озброєності; властивість підприємствам галузі у більшій мірі комерційного ризику.

Методологічною основою формування механізму управління конкурентоспроможністю в підприємствах торгівлі є ряд підходів до управління конкурентоспроможністю, які мають широкі можливості застосування і відповідають сутності і специфіці галузі торгівлі. Включення в структуру механізму управління конкуренто-спроможністю цих підходів створює конкурентні переваги і сприяє зростанню конкурентного потенціалу підприємства торгівлі.

Так, із позиції системного підходу механізм управління конкурентоспроможністю виступає як найбільш активний елемент підсистеми управління конкурентоспроможністю підприємства.

Процесний підхід розглядає елементи механізму управління конкурентоспроможністю як послідовні і взаємозалежні між собою стадії. Його застосування в підприємствах торгівлі актуально, оскільки послуга реалізації являє собою процес взаємодії споживача і продавця.

Відповідно до ситуаційного підходу до формування механізму управління конкурентоспроможністю підприємства торгівлі застосування різного інструментарію управління визначається конкретною ситуацією.

Формування механізму управління конкурентоспроможністю в рамках комплексного підходу дозволяє враховувати різні аспекти діяльності підприємства торгівлі, а не обмежуватися окремими (наприклад, маркетинговим, операційним).

Сутність структурного підходу до проблеми формування механізму управління конкурентоспроможністю підприємств полягає в її попередньому розкладі на структурні елементи. Перевагами його використання є можливість визначення структури механізму управління конкурентоспроможністю, місця і значимості окремих його елементів в їх сукупності.

Маркетинговий підхід розглядає два напрямки активності підприємства торгівлі: 1) систематичний і постійний аналіз потреб і вимог ключових груп споживачів, розробку концепцій нових послуг, що дозволяють обслуговувати вибрані групи покупців краще, ніж конкуренти; 2) організацію збуту і проведення комунікаційної політики для інформування потенційних покупців і демонстрації відмінних якостей послуги при зниженні витрат на пошук покупців.

У рамках нормативного підходу встановлюються нормативи управління за всіма підсистемами (цільовою, забезпечуючою, керованою, керуючою) системи забезпечення конкурентоспроможності підприємства.

В основу поведінкового підходу покладено застосування концепцій поведінкових наук для надання допомоги персоналу в усвідомленні його можливостей і здібностей впливати на конкурентоспроможність підприємства.

Застосування стратегічного підходу до формування механізму управління конкурентоспроможністю підприємств торгівлі передбачає включення в його структуру елементів, які сприятимуть забезпеченню конкурентоспроможності підприємства в довгостроковій перспективі.

Формування механізму управління конкурентоспроможністю підприємств за допомогою стандартизаційного підходу може відбуватися шляхами: 1) вибору оптимального співвідношення між стандартними та індивідуальними рішеннями при формуванні процесів обслуговування споживачів; 2) розробки і впровадження системи відповідних стандартів надання послуг.

У цілому ефективне формування механізму управління конкурентоспроможністю підприємства торгівлі не можливо з використанням лише одного з перерахованих підходів, а потребує використання розглянутих підходів у сукупності.