

## **ВИЗНАЧЕННЯ НАПРЯМІВ РОЗВИТКУ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ВІТЧИЗНЯНОГО РИТЕЙЛУ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ**

На сучасному етапі активного інтегрування країни в світове господарство, підписання Угоди про асоціацію між Європейським Союзом і Україною, однією з першочергових проблем вітчизняного ритейлу виступає необхідність реалізації та розвитку його конкурентних переваг. Щоб вийти на гідний рівень конкурентоспроможності, український ритейл потребує модернізації та перегляду концепцій викликаних змінами потреб і купівельних настроїв відвідувачів, а також новими тенденціями у цій сфері. Але передусім необхідно сформулювати перспективні напрями розвитку конкурентних переваг, що визнані ринком ЄС, які допоможуть успішної адаптації і розвитку вітчизняного ритейлу в умовах євроінтеграції. За цими умовами напрями розвитку конкурентних переваг визначити складно, тому що це відносне явище і не є вічним. Незважаючи на цю проблему, конкурентні переваги створюються діяльністю підприємства і, крім того, залежать від якості виробленої продукції та послуг.

Конкурентна перевага – це положення компанії на ринку, що дозволяє їй долати сили конкуренції та приваблювати покупців. Конкурентні переваги повинні відповідати наступним вимогам: забезпечувати унікальність власної марки; задовольняти специфічні потреби клієнта; будуватися на специфічних здібностях і ресурсах підприємства, які повинні бути оригінальними в порівнянні з конкурентами та які важко або неможливо імітувати.

У сфері ритейлу існує безліч напрямів розвитку конкурентних переваг, але виокремимо найважливіші.

До першого напрямку можна віднести інновації. Для утримання лідируючого положення строки впровадження інновацій повинні дорівнювати строкам їх можливого повторення конкурентами або перевершувати їх. Для збереження конкурентної переваги в зв'язку зі змінами конкурентного середовища і переваг споживачів необхідний постійний моніторинг дій конкурентів і відстеження змін споживчих переваг. При цьому підприємства, які впроваджують у себе інновації набувають можливість одержання надприбутку за рахунок стрибка за рахунок рентабельності продажів або за рахунок створення нового сегмента споживачів. Необхідно відзначити, що впровадження інновацій характеризується, з одного боку, високим рівнем ризику, а з іншої – високим рівнем прибутковості.

Другий напрям відноситься до стану менеджменту на підприємстві. Підприємницька поведінка і рівень управління у ритейлі грають ключову роль в конкурентоспроможності їх бізнесу. До управлінських конкурентних переваг можна віднести менеджерів, які здатні визначати конкурентні переваги підприємства; ефективно використовувати конкурентні переваги компанії; формувати нові, більш надійні конкурентні переваги; знаходити інформацію, необхідну для створення конкурентних переваг; залучати своїх співробітників до використання даного інструменту.

Третій напрям розвитку конкурентних переваг – дотримання певних правил і стандартів, що є однією з основ політики ЄС у сфері бізнесу. Відзначимо що, цей напрямок є найбільш вразливим для багатьох сфер українського бізнесу, в тому числі і для роздрібно торгівлі.

Європейські стандарти можна розділити на три групи:

– до першої групи належать стандарти захисту прав споживачів та безпеки продуктів, серед заходів якого є система менеджменту безпеки харчової продукції, заснованої на принципах HACCP (дотримання законних вимог до контролю якості харчових продуктів та можливість приймати додаткові заходи підвищення контролю в ланцюгу поставок продовольства від виробничого процесу до реалізації);

– друга група стосується стандартів щодо захисту навколишнього середовища, серед заходів якого є впровадження системи екологічного менеджменту (дотримання зобов'язань по захисту навколишнього середовища зі свого боку й поширення контролю на всі стадії життєвого циклу товару або послуги, під час яких здійснюється вплив на навколишнє середовище);

– третя – це вимоги щодо захисту здоров'я і безпеки співробітників на роботі, серед заходів якого є впровадження системи менеджменту, охорони здоров'я та безпеки праці, що відповідає вимогам OHSAS (дотримання зобов'язань по охороні здоров'я і безпеки праці зі свого боку та співпраця і розвиток бізнесу з компаніями з перевіреним рівнем безпеки умов праці).

Таким чином, сформульовані перспективні напрями розвитку конкурентних переваг, що визнані ринком ЄС, допоможуть успішної адаптації і розвитку вітчизняного ритейлу в умовах євроінтеграції країни та мають стати в пріоритеті їх конкурентоспроможної діяльності.