

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА ТОРГІВЛІ

Штепенко Г.О., гр. МОз – 15(с)

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

В умовах інтеграції в європейський простір, розширення економічної співпраці з Європейським Союзом, попри труднощі, що склалися в соціальній, економічній, політичній сферах сьогодення, торгівельна діяльність в Україні залишається перспективною галуззю, а питання управління конкурентоспроможністю підприємств роздрібної торгівлі набуває особливої актуальності.

У цілому теоретичні та методичні аспекти розвитку систем управління конкурентоспроможністю торговельних підприємств мають загальнотеоретичний характер і не враховують специфічних особливостей конкретного підприємства, а наявний закордонний досвід в області створення таких систем і їх подальшого впровадження не може бути застосований у повному обсязі через специфіку вітчизняних галузей народного господарства в умовах нестабільного ринку. Дослідження теоретичних джерел свідчить, що досягнення високого рівня конкурентоспроможності роздрібного підприємства полягає на перетині наступних складових: 1) конкурентоспроможних технологій; 2) конкурентоспроможних методів організації виробництва і праці; 3) конкурентоспроможного персоналу; 4) конкурентоспроможної продукції. Адже саме роздрібна торгівля є останнім етапом системи розподілу товарів, вона забезпечує просування товарів від виробника до кінцевого споживача, виконуючи значущу роль у розвитку споживчого ринку та обслуговування населення. Сутність управління конкурентоспроможністю підприємства роздрібної торгівлі в умовах ринку полягає в раціональному використанні наявних конкурентних переваг, нарощуванні перспективних, виявленню й створенню потенційних конкурентних переваг, а також в оцінці, аналізі і обліку факторів ринкового середовища, що підвищують або знижують конкурентоспроможність підприємства роздрібної торгівлі в процесі його господарської діяльності з виробництва конкурентоспроможної продукції, товарів, послуг, у виборі і реалізації відповідної стратегії і тактики з метою досягнення поставленої мети розвитку. Стратегії управління конкурентоспроможністю підприємств роздрібної торгівлі по суті орієнтовані на вироблення і реалізацію стратегій забезпечення і розвитку конкурентоспроможності підприємства у всіх її аспектах.