

ПЕРСПЕКТИВНІ НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА

С. Ю. ЮР'ЄВА, канд. екон. наук, доцент

А. Ю. КРАСНОКУТСЬКА, студентка

*Харківський національний університет міського господарства
імені О. М. Бекетова*

Торгівля виступає однією з перших форм товарно-грошових відносин, сутність якої полягає в товарообміні. Торгівельне підприємництво – це один з видів господарської діяльності, який забезпечує рух різних товарів від сфери виробництва до сфери споживання з метою отримання подальшого прибутку в ході виконання певних операцій. [1, С.9].

Для успішного функціонування торговельного підприємства засновники повинні приділяти особливу увагу його конкурентоспроможності. Визначення терміну «конкурентоспроможність» тлумачили такі видатні науковці як: М. Портер, Кенічі Омає, Т. Джейдер, М. Ханууз. Серед вітчизняних В.Є. Новицький, Я.А. Жаліло, О.С. Шнипко, А.К. Кінах, З.Є. Шершньова, С.Ф. Покропивний, С.В. Оборська та багато інших. В своїх наукових працях вчені намагались якомога точніше дати визначення терміну для подальшої розробки методів оцінки і заходів з метою покращення конкурентних переваг підприємства.

З.Є. Шершньова, С.В. Оборська дають наступне визначення поняттю: «Конкурентоспроможність підприємства – рівень його компетенції відносно інших підприємств відносно інших підприємств-конкурентів у нагромадженні та використанні виробничого потенціалу певної спрямованості, а також його окремих складових: технологій, ресурсів, менеджменту, навичок і знань персоналу тощо, що знаходить вираження в таких результируючих показниках, як якість продукції, прибутковість, продуктивність тощо». [4, С.7].

В своїх наукових працях Покропивний С.Ф. зазначає, що поняття конкурентоспроможності слід розуміти, як здібність ефективно здійснювати господарську діяльність та забезпечувати досягнення прибуткового результату, враховуючи умови конкурентного ринку. [2, С.350].

Кожне підприємство повинно вивчати своїх конкурентів та аналізувати свою господарюючу діяльність. Це потрібно для виявлення своїх слабких та сильних сторін, аналізу недоліків у конкурентів для вироблення оптимальної програми посилення конкурентоспроможності підприємства. В цілому на конкурентні позиції торговельного підприємства мають вплив безліч чинників, які необхідно враховувати при складанні програми. Серед них є:

1. Техніко-технологічні фактори (автоматизація праці; впровадження новітніх технологій в виробництво продукції; технічний стан засобів праці, ефективність використання товарних ресурсів та ін.);
2. Фінансово-економічні фактори (ефективності використання коштів; прибутковість підприємства, обсяг та джерела фінансових ресурсів, платоспроможність і ліквідність підприємства та ін.);
3. Ринкові фактори (рівень ефективності системи збуту; умови продажу товарів; ефективність укладених угод на закупівлю товарів та ін.);
4. Організаційно-управлінська (обсяг, стан і склад трудових ресурсів та ефективність їх використання організація менеджменту; система оплати праці; розподіл повноважень та ін.);
5. Соціально-психологічні (система мотивації персоналу; система кар'єрного зросту працівників; умови праці; корпоративна культура; морально-психологічний клімат в колективі та ін.).

Для розробки ефективних програм посилення конкурентоспроможності необхідно оцінити рівень конкурентних позицій торговельного підприємства. Методи оцінки на практиці дозволяють простежувати динаміку показників конкурентоспроможності в конкретних часових проміжках, а також проводити порівняльний аналіз для визначення конкурентної позиції підприємства на ринку.

Існують декілька основних методів оцінки конкурентоспроможності, якими користуються спеціалісти. Серед них: матричні методи, індексний метод, методи експертних оцінок та графічні методи.

Матричні методи дозволяють оцінити рівень конкурентного статусу підприємства в рамках окреслених галуззю, але слід зазначити, що ці методи є достатньо спрощеними в своєму використанні. Це зауваження засновано на врахуванні кількості параметрів за якими проводиться оцінка. Найчастіше користуються наступними матрицями: BCG, McKinsey, ADL, Shell, SWOT-матриця та матриця конкурентних стратегій М.Портера.

Індексний метод являє собою групу методів, які ґрунтуються на аналізі порівняльних переваг конкурентів для визначення найбільш вагомих показників, які мають безпосередній вплив на рівень конкурентоспроможності компанії в підприємницькому середовищі.

Метод експертних оцінок ґрунтується на інтуїції та знаннях експертів, які дають оцінку конкурентоспроможності. Найчастіше для проведення цього заходу експерти користуються методиками А.А. Томпсона та А.Дж. Стрикленда.

Графічний метод базується на побудові графіків за попередньо проведеними розрахунками показників конкурентоспроможності підприємства. Прикладом методу може бути «Багатокутник конкурентоспроможності», який будується на основі обраних критеріїв та відповідною шкалою їх оцінювання.

Після проведених досліджень щодо виявлення сильних та слабких сторін компанії та аналізу роботи конкурентів, необхідно розробити програми по підвищенню конкурентної позиції підприємства на ринку. Для цього на базі отриманих даних потрібно визначитися з перспективними напрямками посилення конкурентоспроможності. В таблиці 1 наведені загальні напрями розвитку конкурентного статусу підприємства.

Таблиця 1 – Перспективні напрями підвищення конкурентоспроможності торговельного підприємства.

Напрямок	Пояснення
Ресурний	Заходи щодо ефективного використання ресурсів підприємства.
Управлінський	Заходи, які спрямовані на розвиток системи управління підприємства,
Інноваційний	Введення інноваційних технологій та систем в торговельний процес, відтворення матеріальної-технічної бази підприємства.
Кадровий	Заходи, які спрямовані на поліпшення складових кадрової політики, забезпечення гідних умов та оплати праці.
Товарний	Заходи спрямовані на розширення товарного асортименту, поліпшення якості товарів, вибір і обґрунтування методу ціноутворення.
Фінансово-інвестиційний	Залучення зовнішніх джерел фінансування проектів розвитку, підвищення інвестиційної привабливості підприємства.

Прикладами заходів щодо покращення напрямів конкурентоспроможності можуть бути наступні:

- Всебічне зниження витрат в ході торговельної діяльності;
- Вдосконалення обслуговування у процесі купівлі та післяпродажного сервісу;
- Привернення уваги потенційних клієнтів та зростання якості продукції;
- Впровадження інноваційних технологій в діяльність;
- Поліпшення системи мотивації та оплати праці;
- Формування і удосконалення цінової політики;
- Формування асортименту товару, що відповідає вимогам споживчого ринку;
- Підвищення якості продукції та надання послуг;
- Розробка програм корпоративно-соціальної відповідальності;

- Налагодження ефективного товаропостачання та мінімізація витрат на формування товарних запасів, зокрема, шляхом вибору конкурентоспроможного постачальника.[3, С.166].

Отже, проаналізувавши теоретичний матеріал, можна узагальнити, що конкурентоспроможність – це властивість підприємства, що полягає в здатності витримувати конкурентну боротьбу при певних ринкових, економічних, політичних та ін. умовах. Завдяки оцінці конкурентоспроможності, розробляються програми по посиленню конкурентного статусу компанії, які створюються для поліпшення економічних показників діяльності підприємства з метою збільшення займаної частки ринку.

Таким чином, у проведеному дослідженні висвітлено основні методи оцінки конкурентного стану підприємства, сформовано і описано перспективні напрями та відповідні заходи щодо покращення «ринкових» позицій.

Список використаних джерел:

1. Балджи М.Д., Доброва Н.В., Однолько В.О., Осипова М.М. Торговельне підприємництво : навчальний посібник. Київ : Кондор-видавництво, 2017. 112 с.
2. Економіка підприємства: [Підручник] / За заг. ред. С.Ф. Покропивного. Вид. 2-ге. Київ: КНЕУ, 2004. 528 с.
3. Економічний механізм забезпечення конкурентоспроможності торговельного підприємства : [монографія] / Я. Д. Качмарик, П. О. Куцик, Р. Л. Лупак., І. Я. Качмарик. Львів : Літературна агенція «Піраміда», 2012. 208 с.
4. Конкурентоспроможність підприємства: оцінка рівня та напрями підвищення: [монографія/ за заг. ред. О.Г.Янкового]. Одеса: Атлант, 2013. 420 с.