

ОСОБЛИВОСТІ ПРОЦЕСУ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ РИНКОВИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ

Трансформаційні зміни, що відбуваються у різних галузях і секторах національної економіки в умовах подолання наслідків кризових процесів, вимагають формування стійких конкурентних переваг окремих ринкових суб'єктів. В умовах подолання наслідків світової пандемії, викликаній розповсюдженням штаму коронавірусу SARS-CoV-2 (COVID-19), а також необхідністю функціонування та виживання торговельних закладів в цілому у період загальнонаціональних локдаунів особливої значущості набувають питання забезпечення належного рівня конкурентоспроможності торговельних підприємств.

Актуальність дослідження даної проблематики пояснюється тим, що у трансформаційний період подальший розвиток підприємств торговельної сфери є питанням національної безпеки нашої країни, від своєчасного вирішення якого залежить як загальний рівень конкурентоспроможності економічної системи, так і рівень конкурентоспроможності окремих торговельних підприємств. Саме тому необхідно впроваджувати конкретні стратегічні заходи, що призведуть до реального підвищення рівня конкурентоспроможності торговельних підприємств.

Метою дослідження є узагальнення особливостей процесу управління конкурентоспроможністю торговельних підприємств у сучасних умовах господарської діяльності.

Необхідно наголосити на тому, що у сучасних умовах центральним поняттям, що виражає сутність ринкових відносин, є поняття конкуренції. Термін «конкуренція» (з лат. concurrentia – змагання, суперництво) є найважливішою ланкою всієї системи ринкового господарства.

В цілому, конкуренція є рушійною силою, що допомагає підприємствам зміцнювати свої позиції на ринку та підвищувати рівень конкурентоспроможності. Конкуренція – це процес взаємодії, змагання, управління, який постійно змінюється залежно

від бачення сенсу існування підприємства у конкретний момент часу [1, с. 58-59].

Разом з тим, сучасні наукові школи, що досліджують проблеми маркетингу та конкуренції, використовували багатий теоретичний і практичний досвід при вивченні та подальшому розвитку методології конкуренції. Нині можна виділити три основні наукові центри, що інтенсивно розробляють дану проблематику [2, с. 201]:

1. Наукова школа США, і, Гарвардська школа бізнесу. Її представниками є М. Портер, А. Чандлер, М. Енрайт, Дж. Макартур. Ними вперше були представлені результати вирішення проблем оцінки конкурентоспроможності виробів, компаній та окремих галузей, виділені та оцінені конкурентні переваги, ключові успіху.

2. Наукова школа Японії, що представлена провідними науковими центрами (університетами Токіо, Хитоцубасі, Васеда, Мейдзі). Її яскравими представниками є Х. Такеучі, Х. Кобоясі, М. Цучія, Х. Ногучі. Ці вчені координують свої дослідження в галузі нецінової конкуренції, велику увагу приділяють проблемі співробітництва та взаємодії національних виробників з метою завоювання нових географічних ринків збуту.

3. Європейська школа дослідження конкуренції, що представлена науковими здобутками провідних дослідників із Швейцарії, Швеції, Данії, Австрії, Італії та Німеччини. Представники цієї школи запропонували моделі, що описують конкурентну поведінку компанії. Особливо детально висвітлені в їхніх наукових працях питання конкуренції у міжнародному масштабі (глобальної конкуренції).

З іншого боку, конкурентоспроможність підприємства – це відносна характеристика, що відображає ступінь відмінності розвитку даного підприємства від конкурентів за рівнем задоволення своїми товарами потреб людей, а також можливості та динаміку пристосування підприємства до умов ринкової конкуренції [3, с. 39].

Зрештою, управління конкурентоспроможністю торговельного підприємства являє собою певний аспект загального процесу управління, що спрямований на формування, розвиток та реалізацію конкурентних переваг та забезпечення життєздатності підприємства сфери торгівлі як суб'єкту економічної конкуренції.

Основною метою управління конкурентоспроможністю торговельного підприємства є забезпечення його життєздатності та сталого функціонування за будь-яких економічних, політичних, соціальних та інших змін у зовнішньому середовищі.

На наш погляд, процес управління конкурентоспроможністю торговельного підприємства повинен включати наступні етапи:

1) моніторинг конкурентного середовища та оцінка конкурентної ситуації в галузі та на ринку збуту – має проводитися стратегічний аналіз зовнішнього середовища;

2) діагностування конкурентоспроможності торговельного підприємства та його основних суперників за системою формальних критеріїв;

3) конкурентне позиціонування торговельного підприємства – повинен проводитися вибір стратегічних господарських підрозділів із перевагами у конкурентній боротьбі;

4) розробка концепції та стратегії управління конкурентоспроможністю торговельного підприємства відповідно до типу його загальної стратегії розвитку;

5) реалізація конкурентної стратегії торговельного підприємства, виходячи із орієнтації на скорочення рівня витрат і цін, підвищення якості продукції чи фокусування на окремих ринкових сегментах.

Отже, реалізація основних етапів процесу управління конкурентоспроможністю торговельного підприємства дозволить сформувати для нього низку конкурентних переваг та чітко визначити напрями впровадження окремих конкурентних стратегій. Це сприятиме формуванню належних механізмів управління окремими внутрішніми підсистемами та бізнес-процесами на рівні підприємств торгівлі, зміцненню системи управління їх розвитком у найближчій перспективі.

Таким чином, управління конкурентоспроможністю торговельних підприємств має бути спрямованим на зменшення кількості негативних (деструктивних) чинників впливу шляхом формування системи захисту проти них; використання позитивних зовнішніх чинників впливу для нарощування та реалізації конкурентних переваг господарюючих суб'єктів; забезпечення гнучкості управлінських дій і рішень, тобто їх синхронізації із динамікою дії негативних і позитивних чинників конкуренції на певному сегменті ринку.

Список використаних інформаційних джерел

1. Єлень О. П. Сутність конкуренції та конкурентоспроможності підприємства. *Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії*. 2016. Вип. 1 (01). С. 58–64.

2. Левицька А. О. Дослідження еволюції визначення та трактування конкурентоспроможності підприємства. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2011. Вип. 3. Т. 3. С. 200–204.

3. *Управління конкурентоспроможністю підприємства : підручник / Ю. Б. Іванов, М. О. Кизим, О. М. Тищенко, О. Ю. Іванова, О. В. Ревенко, Т. М. Чечетова-Терашвілі. Харків : ВД «ІНЖЕК», 2010. 320 с.*