*І.Л. Павлик, асистент*

*ВНЗ Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»*

ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТНОГО СТАТУСУ ПІДПРИЄМСТВ ТОРГІВЛІ

Головною рушійною силою ринкової економіки, інструментом забезпечення її рівноваги та гармонічного розвитку є конкуренція. Розвиток ринкових відносин країни потребує фундаментального дослідження проблем конкуренції і підвищенню конкурентного статусу підприємств торгівлі.

Умови формування ринкових відносин країни характеризуються динамічністю зовнішнього середовища, загостренням конкурентної боротьби, підвищенням рівня комерційного ризику, зниженням платоспроможності населення. У зв'язку із скрутним фінансовим станом більшість підприємств потребують забезпечення ефективного функціонування та пошуку засобів їхнього виживання.

Визначальним чинником впорядкування цін, продажу і купівлі товарів, а також стимулом інноваційних процесів між суб’єктами господарювання за найбільш вигідні умови виробництва є конкуренція.

Отже, посилення конкуренції висуває підвищенні вимоги до економічної поведінки підприємств на споживчому ринку. Тому особливої актуальності набуває проблема формування системи підвищення конкурентного статусу підприємств торгівлі.

Формування системи підвищення конкурентного статусу підприємств торгівлі полягає у виявленні сильних і слабких сторін підприємства. Ця система надає змогу максимально удосконалити приховані потенційні можливості підприємств. Конкурентний статус складає узагальнюючу оцінку його конкурентним перевагам в питаннях формування ресурсного потенціалу, якості задоволення споживчого попиту і є об’єктивною необхідністю для успішного функціонування підприємств торгівлі на ринку.

Система підвищення конкурентного статусу надає підприємствам торгівлі можливість утримувати лідируючі позиції на ринку на відміну від інших потенційних конкурентів в майбутньому.

Фундаментом формування системи підвищення конкурентного статусу підприємств торгівлі є узагальнююча оцінка його конкурентних переваг в питаннях формування ресурсного потенціалу якості, задоволенню споживчого попиту. Від того, на скільки успішно працюватиме ця система, залежить економічне та соціальне життя будь-якого підприємства, практично кожного споживача.

На формування системи конкурентного статусу підприємств торгівлі має вплив ряд чинників: об’єктивних та суб’єктивних, які залежать від команди управління підприємством, організації та цілеспрямованості робіт.

Є різні трактування конкурентного статусу підприємств торгівлі. Але головне те, що він має характеризувати передумови досягнення підприємствами торгівлі тих чи інших конкурентних переваг. Результатом формування системи підвищення конкурентного статусу має стати опис поточного перспективного стану підприємств торгівлі, їх основних проблем і шляхів вирішення.

Постійний моніторинг ринків, позицій підприємства, конкурентів, здатність та швидке пристосування до змін на ринку надає можливості отримати успіх у конкурентній боротьбі. Важливим є врахування смаків і переваг постійних споживачів.

Отже, формування системи підвищення конкурентного статусу підприємств торгівлі потребує впровадження конкурентних стратегій і розвитку використання ефективних методів, форм та засобів конкурентної боротьби, реалізації наявних конкурентних переваг цих підприємств, значного посилення державної підтримки та створення рівних умов їх функціонування у конкурентному середовищі.

Список використаних джерел

Гудзинський О.Д. Управління формуванням конкурентоспроможного потенціалу підприємств (теоретико- методологічний аспект): монографія / О.Д. Гудзинський, С.М. Судомир, Т.О. Гуренко. – К.: ІПК ДСЗУ, 2012. – 212 с.

Дяченко Т.А. Теоретико-методичні засади оцінки конкурентного середовища та конкурентної позиції підприємства на ринку / Т.А. Дяченко // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2012. - № 4. – С. 203-208.

Плужніков В.О. Вплив мотивації праці на підвищення ефективності виробництва – В.О. Плужніков, О.О. Кіях // Економіка АПК. – 2013. – № 4. – С. 137-140.