

регулювання повинно сприяти повертанню інвестицій, розробці фінансових механізмів та стимулюванню розвитку цієї галузі;

- державне регулювання повинно сприяти розвитку конкуренції у сфері транспортної інфраструктури, тим самим підвищуючи якість послуг та знижуючи вартість перевезень для користувачів;

- встановлення екологічних стандартів та гарантування безпеки, контроль за їх виконанням та стимулювання використання екологічних технологій.

Державне регулювання може стимулювати використання новітніх технологій та інновацій у сфері транспорту, що сприятиме підвищенню ефективності та конкурентоспроможності на засадах доступності та рівності.

Стратегічні пріоритети розвитку транспортної інфраструктури мають враховувати комплексність та різноманітність потреб сучасного суспільства. Тільки шляхом впровадження комплексного підходу та реалізації ефективних стратегій можна забезпечити стале економічне зростання нації через розвиток транспортної інфраструктури.

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА БАЗОВИХ СТРАТЕГІЙ ЗРОСТАННЯ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Красиля Д.О.

Науковий керівник: Деділова Т.В., к.е.н., доцент

Харківський національний автомобільно-дорожній університет

Стратегічний розвиток торговельних підприємств передбачає здатність суб'єкта господарювання не лише до стабільної господарської діяльності, але й до упевненого досягнення поставлених цілей. Це вимагає не лише ефективного формування та розумного використання ресурсів, але й глибокого розуміння платоспроможного попиту та динаміки споживчих потреб. В умовах динамізму ринкового середовища успішність полягає у здатності адаптуватися до нових умов та забезпеченні конкурентоспроможності, завойовуючи вірну позицію на ринку споживачів.

Враховуючи різноманітність стратегій зростання, зазначимо, що в основному вони фокусуються на аспектах ринку, товару, технологій, галузі та позиції підприємства всередині даної галузі. В даному контексті, пропонуємо розглянути базові стратегії зростання для торговельних підприємств, враховуючи їх специфіку та позицію на ринку споживчих товарів (рис. 1).

Зважаючи на дані, що викладені на рис. 1, багато стратегій розвитку торговельних підприємств спрямовані на збереження наявних сегментів товарних ринків, а за допомогою використання сприятливого географічного розташування або можливостей ресурсного забезпечення, такі підприємства прагнуть їх розширити. Значною мірою успіху в цьому процесі визначається розробкою ефективних стратегій розвитку та їх ретельним аналізом.



Рисунок 1 – Перелік базових стратегій зростання торговельних підприємств (адаптована авторська розробка за [1])

Критеріями для вибору стратегії торговельного підприємства є такі:

- оцінка реакції на можливості та загрози зовнішнього середовища, що дозволяє адаптуватися до змін та максимізувати переваги;
- визначення конкурентних переваг, використання сильних сторін підприємства та нейтралізація слабких сторін конкурентів для досягнення лідерства на ринку;
- спрямування на відповідність до цілей підприємства та досягнення довгострокових показників, що відображає відповідність стратегії місії та цілям;
- здійснення стратегії з урахуванням наявних ресурсів, забезпечуючи їх достатність для успішної реалізації планів;
- розгляд взаємозв'язку з іншими стратегіями з метою збалансування портфелю та оцінки можливості досягнення поставлених цілей [2].

Майбутні наукові дослідження відображають перспективу в напрацюванні та удосконаленні підходів до створення та впровадження стратегій розвитку торговельних підприємств.

Література:

1. Безпарточний М. Г. Обґрунтування стратегій розвитку торговельних підприємств. *Вісник соціально-економічних досліджень*. 2015. №1 (56). С. 19-26. URL: <http://vsed.oneu.edu.ua/collections/2015/56/pdf/19-26.pdf> (дата звернення: 09.03.2024).

2. Коваль Л. І., Герасименко О. О. Розробка та реалізація стратегії торговельного підприємства: організаційний аспект. *Торгівля, комерція, підприємництво*. 2015. №18. С. 57-61.