

658:005.332.4

З-75

**М.В. Чорна**

# **Управління конкурентоспроможністю**

**підприємств роздрібної  
торгівлі:**

*теоретико-методологічні засади  
та практичний інструментарій*

**Монографія**

**Харків  
2010**

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**

**ХАРКІВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ХАРЧУВАННЯ ТА ТОРГІВЛІ**

**М. В. ЧОРНА**

**УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ  
ПІДПРИЄМСТВ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ:  
ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ  
ТА ПРАКТИЧНИЙ ІНСТРУМЕНТАРІЙ**

Монографія

Харків  
2010

УДК 658.811:658.87  
ББК 65.9 (4 укр) 421- 21  
Ч-49

Рецензенти:

д-р екон. наук, проф. Л. В. Фролова,  
д-р екон. наук, проф. Т. С. Пічугіна,  
д-р екон. наук, проф. В. О. Березін

Рекомендовано до друку вченою радою ХДУХТ  
(протокол засідання № 2 від 2.10.2010 р.)

Чорна. М. В. Управління конкурентоспроможністю підприємств роздрібною торгівлі: теоретико-методологічні засади та практичний інструментарій [Текст]: монографія / М. В. Чорна; Харк. держ. ун-т харч. та торгівлі. – Х. : ХДУХТ, 2010. – 426 с.

ISBN 978-966-405-176-4

Монографію присвячено обґрунтуванню теоретико-методологічного та методичного забезпечення управління конкурентоспроможністю підприємств роздрібною торгівлі.

Розроблено концепцію управління конкурентоспроможністю вітчизняних підприємств роздрібною торгівлі. Обґрунтовано теоретичні засади формування та реалізації стратегії підвищення конкурентоспроможності підприємств роздрібною торгівлі; створено методичний інструментарій аналізу діяльності та оцінки конкуренції підприємств ритейлу на різних етапах економічного циклу, а також оцінки ефективності системи управління конкурентоспроможністю підприємств ритейлу.

ISBN 978-966-405-176-4

УДК 658.811:658.87  
ББК 65.9 (4 укр) 421-21

© М. В. Чорна, 2010  
© Харківський державний  
університет харчування  
та торгівлі, 2010

## ЗМІСТ

ВСТУП.....	5
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ТА РОЗВИТКУ КОНКУРЕНЦІ ПІДПРИЄМСТВ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ.....	7
1.1 Трансформація підходів до визначення конкуренції в процесі економічного розвитку.....	7
1.2 Роздрібна торгівля: галузеві особливості, сучасний розвиток та специфіка конкуренції.....	27
РОЗДІЛ 2 РОЗВИТОК ТЕОРІЇ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ.....	51
2.1 Базові поняття теорії конкурентоспроможності: економічна сутність та взаємозв'язок.....	51
2.2 Конкурентні переваги як основа забезпечення конкурентоспроможності підприємства.....	65
2.3 Конкурентоспроможність підприємств роздрібною торгівлі: основна характеристика та умова функціонування на споживчому ринку.	87
2.4 Концепція управління конкурентоспроможністю підприємства роздрібною торгівлі.....	110
РОЗДІЛ 3 КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ В УМОВАХ ЦИКЛІЧНОГО РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ.....	126
3.1 Вплив економічних циклів на конкурентоспроможність підприємств роздрібною торгівлі.....	126
3.2 Особливості діяльності підприємств роздрібною торгівлі на різних етапах економічного циклу України.....	145
3.3 Сучасні тенденції та проблеми розвитку підприємств рітейлу.....	164
3.4 Методичні рекомендації щодо оцінки конкуренції підприємств роздрібною торгівлі в умовах циклічності економічного розвитку.....	182
РОЗДІЛ 4 МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ОЦІНКИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ.....	214
4.1 Теоретичні засади оцінки конкурентоспроможності підприємств роздрібною торгівлі.....	214
4.2 Методичний інструментарій оцінки конкурентоспроможності: особливості формування та застосування на підприємствах роздрібною торгівлі.....	222
4.3 Удосконалення системи оцінки конкурентоспроможності як основи управління підприємством роздрібною торгівлі.....	248
4.4 Сучасні підходи до управління конкурентоспроможністю: можливість застосування в підприємствах рітейлу.....	285

РОЗДІЛ 5 ЗАКОРДОННИЙ ДОСВІД УПРАВЛІННЯ	
КОНКУРЕНТО-СПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ РІТЕЙЛУ .....	304
5.1 Сучасний світовий ритейл: проблеми та тенденції розвитку.....	304
5.2 Особливості управління конкурентоспроможністю світових ритейлерів в умовах кризи.....	326
РОЗДІЛ 6 СТРАТЕГІЯ ПІДВИЩЕННЯ	
КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ РОЗДРІБНОЇ	
ТОРГІВЛІ.....	337
6.1 Обґрунтування стратегії роботи з постачальниками.....	337
6.2 Моделювання системи управління внутрішнім середовищем підприємств роздрібної торгівлі.....	352
6.3 Розробка стратегії залучення споживачів в умовах динамічного конкурентного середовища.....	375
ВИСНОВКИ.....	394
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ.....	396
ДОДАТКИ.....	417
Додаток А – Розрахунок показників конкурентостійкості підприємств роздрібної торгівлі.....	418