

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ХАРЧУВАННЯ ТА ТОРГІВЛІ**

АФАНАСЬЄВА МАРІЯ ВОЛОДИМИРІВНА



УДК 658.821

**УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТНИМ ПОТЕНЦІАЛОМ
ПІДПРИЄМСТВ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ**

Спеціальність 08.00.04 – економіка та управління підприємствами
(за видами економічної діяльності)

Автореферат
дисертації на здобуття наукового ступеня
кандидата економічних наук

Харків – 2015

Дисертацією є рукопис.

Робота виконана у Харківському державному університеті харчування та торгівлі Міністерства освіти і науки України.

Науковий керівник: доктор економічних наук, професор
Гросул Вікторія Анатоліївна,
Харківський державний університет
харчування та торгівлі, завідувач кафедри
прикладної економіки та інформаційних систем.

Офіційні опоненти: доктор економічних наук, професор
Павлова Валентина Андріївна,
Дніпропетровський університет імені Альфреда
Нобеля, завідувач кафедри товарознавства
і торговельного підприємництва;

кандидат економічних наук, доцент
Маковоз Оксана Сергіївна,
Харківський національний університет
внутрішніх справ,
доцент кафедри економіки та фінансів.

Захист дисертації відбудеться «25» грудня 2015 р. о 14⁰⁰ годині на засіданні спеціалізованої вченої ради Д 64.088.02 у Харківському державному університеті харчування та торгівлі за адресою: 61051, м. Харків, вул. Клочківська, 333, ауд. 45.

З дисертацією можна ознайомитись у бібліотеці Харківського державного університету харчування та торгівлі за адресою: 61051, м. Харків, вул. Клочківська, 333.

Автореферат розісланий «25» листопада 2015 р.

Учений секретар
спеціалізованої вченої ради



Л. М. Янчева

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми. За сучасних умов бізнес-середовище діяльності підприємств роздрібної торгівлі характеризується високою динамічністю і конкуренцією, що посилюються. Кризові явища в економіці набули перманентного характеру та обумовлені природними протиріччями економічних інтересів суб'єктів споживчого ринку, що формують ринкове середовище функціонування підприємств роздрібної торгівлі. За таких умов стійкість положення торговельного підприємства в конкурентному середовищі стала визначатися не стільки наявністю й ефективністю використання доступних для нього ресурсів, скільки можливостями їхнього генерування в конкурентному потенціалі, що створює умови зростання конкурентоспроможності підприємства в стратегічній перспективі. Усвідомлення даної обставини призвело до активізації наукового інтересу дослідників до проблематики управління конкурентним потенціалом підприємства.

Формуванню основ теорії та методології управління конкурентним потенціалом суб'єктів господарювання присвячені праці вітчизняних і зарубіжних вчених-економістів: Г. Азоева, І. Ансоффа, І. Арєнкова, І. Войцеховської, А. Воронкової, О. Гудзинського, І. Должанського, Н. Краснокутської, В. Павлової, М. Портера, І. Олексюка, Я. Саліхової, С. Семененко, І. Репіної, О. Федоніна та ін. Різноманітні теоретико-методичні аспекти управління та методичні підходи до оцінки конкурентного потенціалу підприємств є предметом активних наукових дискусій серед вітчизняних дослідників: Я. Барибіної, О. Березіна, Н. Власової, В. Гросул, І. Кирчатої, О. Маковоз, В. Сімонової, М. Чорної та ін.

Разом з тим, вивчення опублікованих праць і практики господарської діяльності свідчать про недостатнє висвітлення принципово важливих питань, пов'язаних із теоретико-методичним забезпеченням формування стратегії розвитку конкурентного потенціалу, застосуванням сучасних методів оцінки та управління конкурентним потенціалом підприємств роздрібної торгівлі. Наявний досвід вибору конкурентної стратегії найчастіше пов'язаний із діяльністю підприємств промисловості, що унеможливорює його використання в діяльності економічних суб'єктів торговельної сфери без відповідної адаптації та врахування галузевої специфіки.

Актуальність вищевикладених аспектів, недостатній їх теоретичний розгляд і практичне застосування на підприємствах роздрібної торгівлі обумовили вибір теми дисертаційної роботи, її мету, завдання та напрямки дослідження.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами. Обраний напрям досліджень пов'язаний із загальною тематикою наукових досліджень кафедри економіки підприємств харчування та торгівлі та кафедри прикладної економіки та інформаційних систем Харківського державного університету харчування та торгівлі, зокрема, з бюджетними науково-дослідними темами: № 0110U006625 «Управління оборотними активами в підприємствах роздрібної торгівлі» (особистий внесок полягає в оцінці ефективності управління оборотними активами в підприємствах роздрібної торгівлі), № 0113U001073 «Управління торговельною інфраструктурою регіонального споживчого ринку» (особистий внесок полягає у дослідженні галузевих тенденцій розвитку конкурентного середовища в роздрібній торгівлі), № 00114U006528 «Управління фінансово-

економічною безпекою підприємств роздрібної торгівлі» (особистий внесок полягає у дослідженні зовнішнього середовища функціонування підприємств роздрібної торгівлі); госпдоговорною темою: № 0112U005797 «Оцінка ресурсного потенціалу підприємства торгівлі» (особистий внесок полягає у визначенні змісту та місця процесу оцінки в системі управління ресурсним потенціалом підприємств торгівлі).

Метою дисертаційної роботи є обґрунтування теоретичних засад, розробка методичних і практичних рекомендацій щодо управління конкурентним потенціалом підприємств роздрібної торгівлі.

Реалізація поставленої мети зумовила необхідність вирішення таких завдань:

- систематизувати теоретичні положення та розкрити сутність поняття «конкурентний потенціал підприємства»;
- визначити основні структуроутворюючі компоненти конкурентного потенціалу підприємства роздрібної торгівлі;
- узагальнити концептуальні засади управління конкурентним потенціалом господарюючого суб'єкта торговельної галузі;
- провести оцінку компонентів конкурентного потенціалу підприємств роздрібної торгівлі;
- здійснити комплексну оцінку рівня реалізації конкурентного потенціалу підприємств роздрібної торгівлі;
- обґрунтувати науково-методичний підхід до формування конкурентної стратегії торговельного підприємства в умовах мінливості зовнішнього середовища;
- розробити методичний інструментарій управління конкурентним потенціалом підприємств роздрібної торгівлі;
- обґрунтувати основні положення науково-методичного підходу до управління конкурентним потенціалом підприємств роздрібної торгівлі на основі бенчмаркінгу.

Об'єктом дослідження є процес управління конкурентним потенціалом підприємства.

Предметом дослідження виступають теоретичні, методичні та прикладні засади управління конкурентним потенціалом підприємств роздрібної торгівлі.

Методи дослідження. Теоретичною та методологічною базою дослідження стали нормативно-законодавча база України, фундаментальні положення економічної теорії, економіки підприємства, менеджменту, наукові розробки сучасних вчених з проблем управління конкурентним потенціалом торговельних підприємств.

У дисертації використано як загальнонаукові, так і спеціальні методи досліджень: наукової абстракції, аналізу, синтезу, порівняння, систематизації та узагальнення – для розвитку понятійного апарату, визначення основних структурних компонентів конкурентного потенціалу підприємства, обґрунтування концептуальних засад управління конкурентним потенціалом; економіко-статистичні методи (статистичного спостереження, динамічного, порівняльного та структурного аналізу) – для аналітичної оцінки тенденцій розвитку конкурентного середовища в роздрібній торгівлі, оцінки компонентів конкурентного потенціалу, бенчмаркінгу конкурентного потенціалу підприємств роздрібної торгівлі; матричні

методи – для інтегральної оцінки конкурентного потенціалу та визначення типу конкурентної стратегії торговельного підприємства; методи інтегрування – для отримання узагальнюючої оцінки часткових показників; методи маркетингових досліджень, експертні методи – для оцінки вагомості компонентів конкурентного потенціалу підприємств торгівлі; графічні методи – для позиціонування підприємств роздрібною торгівлі за рівнем конкурентного потенціалу, формування паттернів конкурентної стратегії торговельного підприємства.

Правове поле дослідження становили законодавчі та нормативні акти, що регулюють діяльність суб'єктів господарювання в Україні. Інформаційною базою дослідження стали: офіційна інформація Державної служби статистики України, дані статистичної та фінансової звітності торговельних підприємств, результати опитування керівників і фахівців підприємств торгівлі, наукові дослідження вчених і практичних фахівців, дані Internet ресурсів. Обробка даних здійснювалася з використанням пакету комп'ютерних програм MS Office.

Наукова новизна одержаних результатів полягає у розвитку та уточненні теоретичних положень, розробці науково обґрунтованих рекомендацій щодо управління конкурентним потенціалом підприємств роздрібною торгівлі.

У процесі дослідження одержано такі найсуттєвіші результати.

Удосконалено:

– структурування конкурентного потенціалу підприємства роздрібною торгівлі, яка є основою для обґрунтування його концептуальної моделі, що відображає взаємодію між компонентами (техніко-технологічного, комерційного, маркетингового, клієнтського і підприємницького потенціалів) та дозволяє розкрити спектр можливостей підприємства в сфері торгівлі;

– концептуальний підхід до управління конкурентним потенціалом підприємства торгівлі, який, на відміну від існуючих, ґрунтується на сукупності взаємопов'язаних функцій управління (прогнозування, планування, організації, мотивації, контролю, координації та регулювання), і спрямований на вироблення ефективних рішень на основі розуміння єдності всіх елементів системи;

– науково-методичний підхід до визначення типу конкурентної стратегії торговельного підприємства, який, на відміну від існуючих, створює можливість комплексного врахування ключових домінантів, що є визначальними при формуванні паттернів конкурентної стратегії підприємства, дозволяє поєднати його внутрішні й зовнішні можливості, враховує принцип ієрархічності та передбачає можливість врахування варіативності конкурентних стратегій підприємства.

Набуло подальшого розвитку:

– понятійний апарат теорії підприємства в частині уточнення сутності поняття «конкурентний потенціал підприємства», який запропоновано визначати як динамічну, системну сукупність його можливостей забезпечувати конкурентостійкість, що утворюється шляхом трансформації потенціалу підприємства в конкурентний потенціал під впливом конкуренції та визначається наявністю і рівнем використання його конкурентних переваг;

– класифікація видових проявів конкурентного потенціалу підприємств роздрібною торгівлі на основі систематизації основних критеріальних ознак і введення додаткових: за природою виникнення, джерелом походження, стадією

динаміки, що є підґрунтям для оцінки та управління конкурентним потенціалом підприємств;

– система показників оцінки складових конкурентного потенціалу підприємств роздрібно́ї торгівлі, яка враховує галузеву специфіку, ґрунтується на загальних вимогах комплексності, достатності й несуперечності, та дозволяє вивчити стан і визначити рівень реалізації конкурентного потенціалу підприємств роздрібно́ї торгівлі;

– науково-методичний підхід до управління конкурентним потенціалом підприємств роздрібно́ї торгівлі, який, на відміну від існуючих, ґрунтується на результатах оцінки рівня реалізації конкурентного потенціалу в розрізі його структурних компонентів, бенчмаркінгу конкурентного потенціалу та надає можливість обґрунтувати стратегію розвитку конкурентного потенціалу підприємства.

Практичне значення одержаних результатів. Основні положення дисертації доведено до рівня методичних узагальнень і прикладного інструментарію, що надає можливість керівництву підприємств роздрібно́ї торгівлі приймати обґрунтовані рішення під час вибору напрямів і способів управління конкурентним потенціалом економічних суб'єктів торговельної галузі. Практичне значення мають такі розробки: концептуальний підхід до управління конкурентним потенціалом підприємства торгівлі; система показників оцінки складових конкурентного потенціалу підприємств роздрібно́ї торгівлі; методичний інструментарій управління конкурентним потенціалом підприємств роздрібно́ї торгівлі; науково-методичний підхід до визначення типу конкурентної стратегії торговельного підприємства; методичний підхід до управління конкурентним потенціалом підприємств роздрібно́ї торгівлі на основі бенчмаркінгу.

Наукові результати дисертації, які мають прикладний характер, набули практичного втілення в діяльність підприємств торгівлі м. Харкова: ТОВ «Восторг» (акт впровадження № 27 від 28.01.2015 р.), ТОВ «Сучасний модерн» (акт впровадження № 763 від 06.02.2015 р.), ТОВ НВФ «Хортиця» ЛТД (акт впровадження № 11 від 20.02.2015 р.). Результати дисертаційного дослідження впроваджено в навчальний процес кафедри прикладної економіки та інформаційних систем Харківського державного університету харчування та торгівлі, зокрема, під час викладання дисциплін «Потенціал і розвиток підприємства» (акт впровадження від 26.02.2015 р.), «Управління потенціалом підприємства» (акт впровадження від 04.03.2015 р.), «Стратегічне управління підприємством» (акт впровадження від 19.03.2015 р.).

Особистий внесок здобувача. Дисертаційна робота є результатом самостійного дослідження. Теоретичні обґрунтування, практичні розробки, висновки та рекомендації, що містяться в роботі, отримано автором самостійно на основі аналізу та узагальнення теоретичного та практичного матеріалу. У роботі з праць, опублікованих у співавторстві, використано лише результати, що є особистою розробкою здобувача.

Апробація результатів дослідження. Основні положення дисертаційної роботи доповідались та обговорювались на міжнародних і всеукраїнських науково-практичних конференціях: міжнародній науково-практичній конференції

«Економіка, організація та управління підприємствами в сучасних економіко-правових умовах» (м. Дніпропетровськ, 2012 р.), міжнародній науково-практичній інтернет-конференції «Економіка і управління: виклики та перспективи» (м. Дніпропетровськ, 2013 р.); всеукраїнській науково-практичній інтернет-конференції «Інтеграційні фінансово-економічні напрями розвитку України» (м. Львів, 2013 р.); міжнародній науково-практичній інтернет-конференції «Актуальні проблеми розвитку сучасної економіки» (м. Дніпропетровськ, 2013 р.); міжнародній науково-практичній конференції «Сучасна економічна теорія та пошук ефективних механізмів господарювання» (м. Сімферополь, 2013 р.); міжнародній науково-практичній інтернет-конференції молодих учених та студентів «Особливості ефективного управління підприємствами в умовах глобальних викликів» (м. Чернівці, 2013 р.); міжнародній науково-практичній конференції студентів, аспірантів та молодих учених «Ринкова природа інституційних трансформацій сучасних економічних систем» (м. Чернівці, 2013 р.); міжнародній науково-практичній конференції «Управління сучасним підприємством» (м. Київ, 2013 р.); міжнародній науково-практичній інтернет-конференції «Економіка і управління в умовах глобалізації» (м. Донецьк, 2014 р.); міжнародній науково-практичній конференції викладачів, аспірантів і студентів «Маркетинг на міжнародних ринках товарів і послуг: глобальні аспекти» (Україна–Словаччина, 2014 р.); міжнародній науково-практичній конференції «Конкурентоспроможність національної економіки» (м. Київ, 2014 р.); міжнародній науково-практичній інтернет-конференції «Проблеми теорії та практики управління економічним потенціалом підприємства» (м. Харків, 2014 р.); міжнародній науково-практичній конференції «Менеджмент у XXI сторіччі: методологія і практика» (м. Полтава, 2014 р.); науково-практичній конференції «Актуальні питання організації та управління діяльністю підприємств у сучасних умовах господарювання» (м. Харків, 2014 р.); всеукраїнській науково-практичній конференції молодих учених і студентів «Інноваційні технології розвитку у сфері харчових виробництв, готельно-ресторанного бізнесу, економіки та підприємництва: наукові пошуки молоді» (м. Харків, 2015 р.); міжнародній науково-практичній конференції «Розвиток національної економіки: теорія і практика» (м. Івано-Франківськ, 2015 р.); міжнародній науково-практичній конференції «Розвиток харчових виробництв, ресторанного та готельного господарств і торгівлі: проблеми перспективи, ефективність» (м. Харків, 2015 р.).

Публікації. Основні результати дисертаційного дослідження опубліковано в 26 наукових працях загальним обсягом 6,2 друк. арк. (з яких особисто автору належить 5,5 друк. арк.), зокрема в 9 статтях, 7 з яких у наукових фахових виданнях України, серед них 3 у виданнях, що входять до міжнародних наукометричних баз даних, 1 стаття в зарубіжному науковому виданні економічного профілю і 17 тез доповідей конференцій.

Структура та обсяг дисертаційної роботи. Дисертація складається із вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел, додатків. Основний текст дисертації викладено на 176 сторінках. Робота містить 35 таблиць (обсягом 25 сторінок), 18 рисунків (обсягом 12 сторінок), 6 додатків (обсягом 55 сторінок) і список використаних джерел із 218 найменувань, розміщених на 23 сторінках.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ ДИСЕРТАЦІЇ

У вступі обґрунтовано актуальність теми дисертації, розкрито зв'язок роботи з науковими темами, сформульовано мету, завдання, об'єкт, предмет, методи дослідження, визначено наукову новизну і практичне значення одержаних результатів, відображено апробацію результатів.

У першому розділі «**Теоретичні аспекти управління конкурентним потенціалом підприємств роздрібно́ї торгівлі**» уточнено сутність поняття «конкурентний потенціал підприємства», ідентифіковано структуроутворюючі компоненти конкурентного потенціалу підприємства роздрібно́ї торгівлі, розвинуто класифікацію видових проявів конкурентного потенціалу підприємства, обґрунтовано концептуальні засади управління конкурентним потенціалом підприємств роздрібно́ї торгівлі.

Дослідження інваріантних ознак конкурентного потенціалу підприємства створило інформаційне підґрунтя для ідентифікації ключових характеристик даного поняття, серед яких: компетентнісна спрямованість, збалансованість локальних складових, зовнішня спрямованість, синергічність локальних складових, відносність у часі та орієнтація на забезпечення конкурентостійкості. Ідентифіковані ключові характеристики конкурентного потенціалу підприємства акцентують увагу на комплексності досліджуваного поняття та неоднозначності його змісту. На основі проведеного аналізу сучасної економічної літератури з питань дефініції конкурентного потенціалу підприємства встановлено відсутність його загальноприйнятого визначення та існування різноманітних підходів до трактування: ресурсного, інтерактивного, стратегічного, компетентнісного, компаративного і системного.

Спираючись на виділені підходи та сутнісні ознаки, під конкурентним потенціалом підприємства роздрібно́ї торгівлі запропоновано розуміти динамічну, системну сукупність його можливостей забезпечувати конкурентостійкість у сфері торговельної діяльності, що утворюється шляхом трансформації потенціалу підприємства в конкурентний потенціал під впливом конкуренції та визначається наявністю і рівнем використання фактичних і потенційних конкурентних переваг підприємства.

За результатами узагальнення та систематизації сучасних наукових поглядів на структуру конкурентного потенціалу обґрунтовано його компоненти для підприємств роздрібно́ї торгівлі, основними з яких визначено: техніко-технологічний, комерційний, маркетинговий, клієнтський і підприємницький потенціал.

Базуючись на розробках з управління конкурентним потенціалом, обґрунтовано концептуальну модель конкурентного потенціалу підприємства роздрібно́ї торгівлі (рис. 1), яка характеризує взаємодію між його структурними компонентами і враховує галузеву специфіку функціонування підприємств роздрібно́ї торгівлі.

На основі систематизації основних критеріальних ознак (за часом реалізації, рівнем реалізації, принципом ієрархії) та введення додаткових: за природою виникнення (матеріальної й нематеріальної природи), джерелом походження (ресурсного і компетентнісного походження), стадією динаміки (конкурентний

потенціал на стадіях формування, реалізації та розвитку), у дисертації розвинуто класифікацію видових проявів конкурентного потенціалу підприємств торгівлі. Врахування критеріальних ознак є підґрунтям для оцінки та управління конкурентним потенціалом підприємств торгівлі, оскільки дозволяє з позицій системного і комплексного підходів отримати уявлення про об'єкт дослідження.

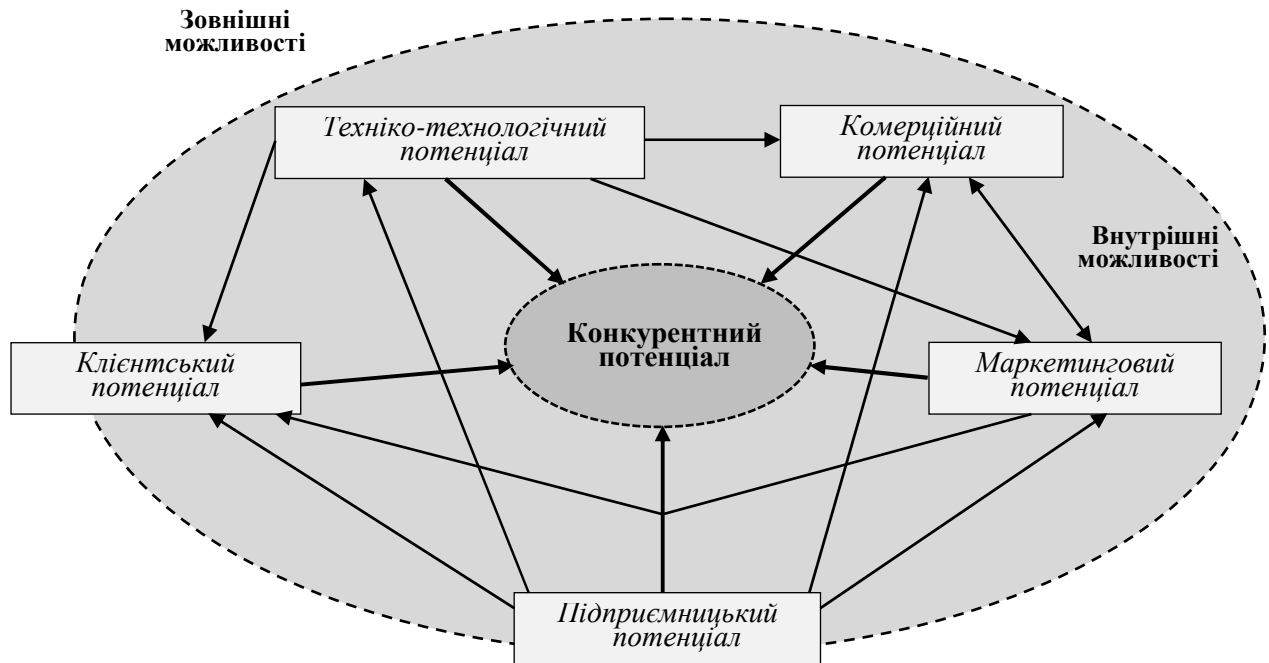


Рис. 1. Концептуальна модель конкурентного потенціалу підприємства роздрібної торгівлі

Враховуючи безпосередній зв'язок стадій динаміки конкурентного потенціалу з його видовими проявами за часом реалізації, обґрунтовано модель динамічності конкурентного потенціалу підприємства торгівлі, відповідно до якої фактичний конкурентний потенціал пропонується розглядати на стадіях його формування і реалізації, а стратегічний конкурентний потенціал є результатом розвитку конкурентного потенціалу торговельного підприємства.

За результатами критичного аналізу та узагальнення підходів до управління конкурентним потенціалом підприємства встановлено, що їх зміст і специфіка визначаються сутністю і змістом процесу управління конкурентним потенціалом. Ґрунтуючись на цьому, систематизовано та виділено концептуальні підходи до управління конкурентним потенціалом торговельного підприємства: ресурсний, результативний, ринковий, вартісний, факторний, структурний, системний, матричний, ситуаційний, процесний, резервний, маркетинговий, порівняльний, комплексний. Базуючись на розгляді конкурентного потенціалу в діалектичному розвитку, причинно-наслідкових зв'язках і співвідпорядкованості, ретроспективному аналізі аналогічних систем, прогнозі та стратегії його розвитку, в роботі обґрунтовано доцільність застосування динамічного підходу до управління конкурентним потенціалом підприємств роздрібної торгівлі.

Спираючись на наукові здобутки вчених і враховуючи системний характер управління конкурентним потенціалом, а також основні функції управління,

запропоновано концептуальний підхід до управління конкурентним потенціалом (рис. 2) як сукупності взаємозв'язаних функцій прогнозування, планування, організації, мотивації, контролю, координації та регулювання. В основу розробленого підходу покладено обґрунтовану систему дій управлінського процесу, спрямованого на вироблення ефективних рішень на основі розуміння єдності всіх елементів системи.

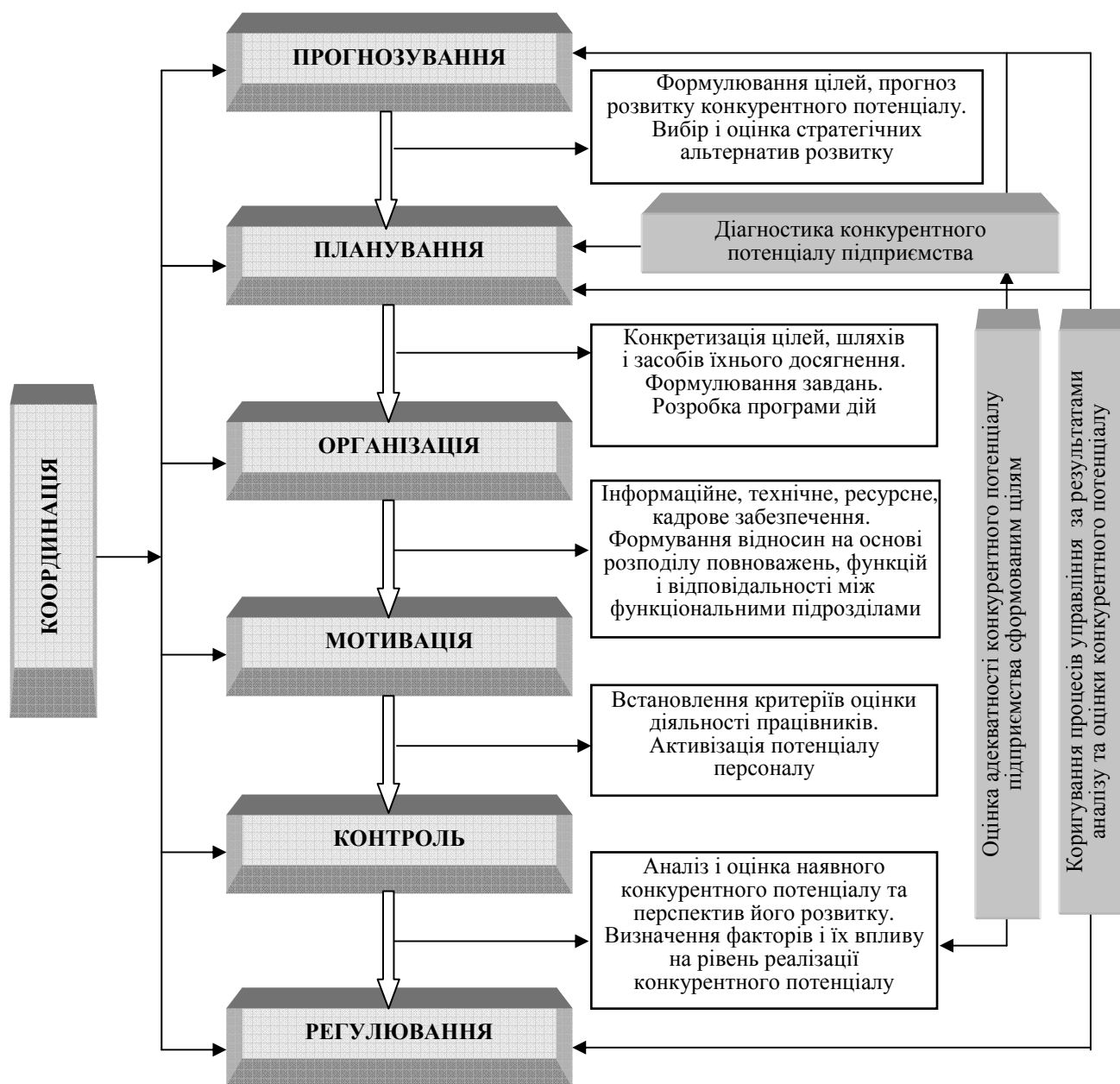


Рис. 2. Процес управління конкурентним потенціалом підприємства

У другому розділі «**Оцінка конкурентного потенціалу підприємств роздрібної торгівлі**» визначено основні тенденції розвитку конкурентного середовища в роздрібній торгівлі України, проведено оцінку компонентів конкурентного потенціалу, розроблено систему показників оцінки складових конкурентного потенціалу підприємств роздрібної торгівлі, здійснено комплексну оцінку рівня реалізації конкурентного потенціалу підприємств роздрібної торгівлі.

За результатами аналітичної оцінки тенденцій розвитку конкурентного середовища в роздрібній торгівлі України виявлено наявність стійкої тенденції до укрупнення роздрібно-торговельної мережі й посилення концентрації у вітчизняній роздрібній торгівлі, які відбуваються під впливом процесів глобалізації, що супроводжується розвитком регіональних і національних роздрібно-торговельних мереж і поступовим витісненням з ринку немережових підприємств. Дані факти є свідченням наявності високої конкуренції в галузі та її щорічного посилення.

На підставі проведеного аналізу встановлено наявність стійкої тенденції до зростання питомої ваги роздрібно-торговельних мереж у формуванні товарообороту в цілому по Україні, роздрібно-торговельні мережі за 2010-2013 рр. збільшили внесок у його формування на 4,6%. У регіональному розрізі питома вага торговельних мереж у роздрібно-торговельному товарообороті знаходиться у межах 28...56,3% і має тенденцію до зростання, зокрема, у Харківській області їх частка становить 44%.

З метою оцінки компонентів конкурентного потенціалу підприємств роздрібно-торгівлі щодо їх впливу на формування і реалізацію загального конкурентного потенціалу розроблено анкету та здійснено опитування керівників і фахівців галузі. За результатами анкетування 8 роздрібно-торговельних мережах, що функціонують у м. Харків, встановлено, що за мірою вагомості на формування і реалізацію конкурентного потенціалу підприємств торгівлі переваги мають комерційна, техніко-технологічна та клієнтська компоненти, а підприємницька і маркетингова компоненти чинять менший вплив на означені процеси (табл. 1).

Таблиця 1

Результати ранжирування компонентів за їх вагомістю для формування і реалізації конкурентного потенціалу підприємств роздрібно-торгівлі

Компоненти конкурентного потенціалу	Сума позитивних виборів, % до загальної кількості оцінок		Ранг вагомості компоненти	Вагомість компоненти
	Загальна	Середня		
Техніко-технологічна	342,5	68,5	2	0,25
Комерційна	352,5	70,5	1	0,30
Маркетингова	315,00	63,0	5	0,10
Клієнтська	335,0	67,0	3	0,20
Підприємницька	322,5	64,5	4	0,15

За результатами проведеного опитування виявлено необхідність активізації роботи в напрямку підтримки підприємництва і розвитку маркетингових взаємовідносин підприємств роздрібно-торгівлі з учасниками цільового споживчого ринку з метою створення нових конкурентних переваг та їх ефективної реалізації.

З метою кількісної оцінки компонентів конкурентного потенціалу підприємств роздрібно-торгівлі обґрунтовано систему показників оцінки його складових (табл. 2), яка відповідає вимогам комплексності, достатності, несуперечності та враховує специфіку діяльності підприємств галузі. Апробацію даної системи показників здійснено на 8 роздрібно-торговельних мережах, що функціонують у м. Харків.

Для комплексної оцінки рівня реалізації конкурентного потенціалу підприємств роздрібно-торгівлі аргументовано доцільність використання методу балів, практичне використання якого виявило основних конкурентів і місце конкурентного

Таблиця 2

Система показників оцінки складових конкурентного потенціалу підприємств роздрібною торгівлі

Складові	Оціночні показники	Алгоритм розрахунку	Умовні позначення
Техніко-технологічний потенціал	Рентабельність основних засобів	$R_{OЗ} = \frac{\Phi P_{on}}{OЗ}$	$R_{OЗ}$ – рентабельність основних засобів; ΦP_{on} – фінансовий результат від операційної діяльності; $OЗ$ – середня вартість основних засобів за період
	Прибуток на 1 м ² торгової площі	$\Pi_{ТП} = \frac{\Phi P_{on}}{S_{торг}}$	$\Pi_{ТП}$ – прибуток на 1 м ² торгової площі; $S_{торг}$ – торгова площа
	Темп зростання фондівдачі	$T_{Фв} = \frac{\Phi_{в1}}{\Phi_{в0}}, \Phi_{в} = \frac{T}{OЗ}$	$T_{Фв}$ – темп зростання фондівдачі; $\Phi_{в1}, \Phi_{в0}$ – фондівдача в звітному і базовому періодах; T – обсяг товарообороту
Комерційний потенціал	Рентабельність оборотних активів	$R_{ОбА} = \frac{\Phi P_{on}}{ОбА}$	$R_{ОбА}$ – рентабельність оборотних активів; $ОбА$ – середня вартість оборотних активів
	Чиста рентабельність товарообороту	$R_{ч} = \frac{\Phi P_{ч}}{T}$	$R_{ч}$ – чиста рентабельність товарообороту; $\Phi P_{ч}$ – чистий фінансовий результат
	Операційна рентабельність товарообороту	$R_{оп} = \frac{\Phi P_{on}}{T}$	$R_{оп}$ – операційна рентабельність товарообороту
Маркетинговий потенціал	Оборотність товарних запасів	$O_{ТЗ} = \frac{T}{З}$	$O_{ТЗ}$ – оборотність товарних запасів; $З$ – середня вартість запасів товарів
	Рентабельність товарних запасів	$R_{ТЗ} = \frac{\Phi P_{on}}{З}$	$R_{ТЗ}$ – рентабельність товарних запасів
	Рентабельність витрат на збут	$R_{Вз} = \frac{\Phi P_{on}}{Вз}$	$R_{Вз}$ – рентабельність витрат на збут; $Вз$ – витрати на збут за період
Клієнтський потенціал	Темп зростання товарообороту	$T_{Т} = \frac{T_1}{T_0}$	$T_{Т}$ – темп зростання товарообороту; T_1, T_0 – обсяг товарообороту за звітний і базовий періоди
	Темп зростання ринкової частки	$T_{Рч} = \frac{Рч_1}{Рч_0}, Рч = \frac{T}{PT}$	$T_{Рч}$ – темп зростання ринкової частки; $Рч_1, Рч_0$ – ринкова частка в звітному і базовому періодах; PT – роздрібний товарооборот підприємств торгівлі
	Темп зростання товарообороту на 1 м ² торгової площі	$T_{ТПП} = \frac{ТПП_1}{ТПП_0}, ТПП = \frac{T}{S_{торг}}$	$T_{ТПП}$ – темп зростання товарообороту на 1 м ² торгової площі; $ТПП_1, ТПП_0$ – обсяг товарообороту на 1 м ² торгової площі в звітному і базовому періодах
Підприємницький потенціал	Рентабельність капіталу	$R_{к} = \frac{\Phi P}{К}$	$R_{к}$ – рентабельність капіталу; ΦP – фінансовий результат до оподаткування; $К$ – середня вартість капіталу
	Оборотність капіталу	$O_{к} = \frac{T}{К}$	$O_{к}$ – оборотність капіталу
	Темп зростання продуктивності праці	$T_{ПП} = \frac{ПП_1}{ПП_0}, ПП = \frac{T}{Ч}$	$T_{ПП}$ – темп зростання продуктивності праці; $ПП_1, ПП_0$ – продуктивність праці в звітному і базовому періодах; $Ч$ – середня чисельність працівників

потенціалу кожного підприємства в конкурентній боротьбі (за критерієм максимуму балів), а також дозволило кількісно оцінити відставання від підприємства з найвищим рівнем конкурентного потенціалу. Встановлено, що найвищий рівень реалізації конкурентного потенціалу забезпечило ТОВ «Сучасний модерн», яке досягло лідерства за рахунок переваг у клієнтській і маркетинговій компонентах.

У третьому розділі «**Методичні засади управління конкурентним потенціалом підприємств роздрібної торгівлі**» розроблено науково-методичний підхід до формування конкурентної стратегії підприємства роздрібної торгівлі в умовах підвищеної мінливості зовнішнього середовища, обґрунтовано методичний інструментарій управління конкурентним потенціалом підприємств роздрібної торгівлі, запропоновано науково-методичний підхід до управління конкурентним потенціалом підприємств роздрібної торгівлі на основі бенчмаркінгу.

З урахуванням різних станів мінливості зовнішнього середовища обґрунтовано особливості формування конкурентної стратегії підприємства. Визначено основні домінанти, за якими запропоновано обирати тип конкурентної стратегії (табл. 3), та обґрунтовано підхід до формування матриці паттернів конкурентної стратегії підприємства роздрібної торгівлі. Розроблений підхід до визначення типу конкурентної стратегії, на відміну від існуючих, створює можливість комплексного врахування ключових домінантів, що є визначальними під час руху підприємства відповідно трафіку конкурентного ланцюжка (рис. 3), а також дозволяє врахувати вплив внутрішніх і зовнішніх факторів під час побудови матриці конкурентних стратегій. Запропонована матриця паттернів враховує принцип ієрархічності, що передбачає подальшу деталізацію факторів та їх характеристик, і дозволяє врахувати варіативність конкурентних стратегій.

Таблиця 3

Критерії можливих значень домінантів для визначення конкурентної стратегії підприємства роздрібної торгівлі

Показники	Можливі значення		
Рівень конкурентного потенціалу підприємства роздрібної торгівлі (SKP)	SKP_1	SKP_2	SKP_3
	високий	середній	низький
Стратегічна конкурентоспроможність торговельного підприємства (SK)	SK_1	SK_2	SK_3
	висока	середня	низька
Рівень мінливості зовнішнього середовища (ST)	ST_1	ST_2	ST_3
	високий	середній	низький
Ступінь агресивності стратегічної поведінки торговельного підприємства в зовнішньому середовищі (SA)	SA_1	SA_2	SA_3
	агресивна	консервативна	помірна
Індекс комунікабельності (SZ)	SZ_1	SZ_2	SZ_3
	компетентнісний	професійний	початковий

Грунтуючись на підході до визначення типу конкурентної стратегії і результатах оцінки рівня конкурентного потенціалу визначено, що конкурентною стратегією для ТОВ «Сучасний модерн» і ТОВ «Таврія-В», які мають високий рівень конкурентного потенціалу, є стратегія лідера ринку; ТОВ «Восторг» і ТОВ «ФОЗЗІ-ФУД», що мають середній рівень конкурентного потенціалу, рекомендовано обрати стратегію претендента на лідерство; ТОВ «ФОРА», ТОВ

«Еко», ПрАТ «ІКС 5 Рітейл Груп Україна» і ТОВ «Край-2», що мають низький рівень конкурентного потенціалу, доцільно обрати стратегію «нішевіка».

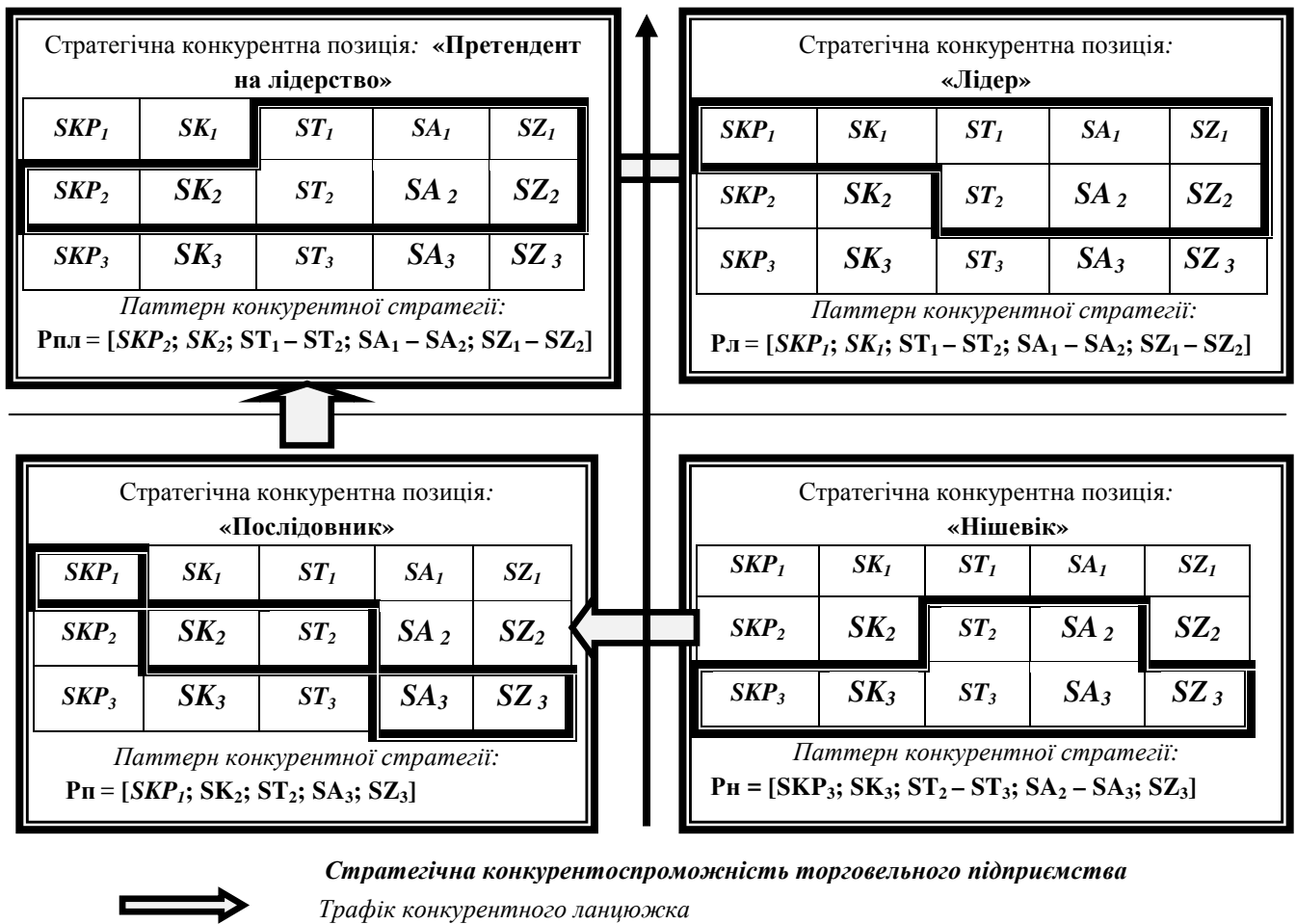


Рис. 3. Матриця паттернів конкурентної стратегії підприємства торгівлі

Розроблено науково-методичний підхід до управління конкурентним потенціалом підприємств роздрібної торгівлі, що ґрунтується на результатах оцінки рівня реалізації конкурентного потенціалу, яка, в свою чергу, включає аналіз його компонентів, здійснення на цій основі комплексної оцінки конкурентного потенціалу та бенчмаркінгу конкурентного потенціалу підприємств торгівлі, що дозволяє обґрунтовувати стратегію розвитку конкурентного потенціалу (рис. 4).

Встановлено, що за сучасних умов підприємства роздрібної торгівлі активно запроваджують дієві інструменти управління, що спрямовані на підвищення результативності управління, сприяють їх конкурентостійкості та зростанню конкурентного потенціалу. З цією метою обґрунтовано доцільність застосування бенчмаркінгу як адекватного сучасним умовам інструмента управління конкурентним потенціалом та обґрунтовано науково-методичний підхід до його проведення з алгоритмізацією процедур і деталізацією їх змісту шляхом виділення послідовних етапів за стадіями оцінки і розвитку конкурентного потенціалу. Обґрунтовано об'єкти і результати бенчмаркінгу в розрізі компонентів конкурентного потенціалу, які запропоновано до практичного використання з метою вивчення і запровадження передового досвіду в сфері управління конкурентним потенціалом підприємств роздрібної торгівлі.



Рис. 4. Структурно-логічна схема управління конкурентним потенціалом підприємства роздрібної торгівлі

ВИСНОВКИ

У дисертаційній роботі наведено теоретичне узагальнення та нове вирішення наукового завдання, що виявляється в обґрунтуванні теоретико-методичних основ і розробці практичних рекомендацій щодо управління конкурентним потенціалом підприємств роздрібної торгівлі. Результати проведеного дослідження дозволяють зробити наступні висновки.

1. Спираючись на результати дослідження ознак конкурентного потенціалу підприємства, ідентифіковано його ключові характеристики: компетентнісна спрямованість, збалансованість складових, відносність у часі, зовнішня спрямованість, синергічність складових, орієнтація на забезпечення конкурентостійкості. На основі проведеного контент-аналізу виявлено відсутність загальноприйнятого визначення поняття «конкурентний потенціал підприємства» та існування різноманітних підходів до його трактування: ресурсного, інтерактивного, стратегічного, компетентнісного, компаративного і системного. З позицій динамічного та системного підходів, під конкурентним потенціалом підприємства роздрібної торгівлі запропоновано розуміти динамічну, системну сукупність можливостей забезпечувати конкурентостійкість, що утворюється шляхом трансформації потенціалу підприємства в конкурентний потенціал під впливом конкуренції та визначається наявністю і рівнем використання конкурентних переваг.

2. На основі дослідження структуризації конкурентного потенціалу підприємства систематизовано погляди науковців на його внутрішню будову та обґрунтовано складові конкурентного потенціалу підприємства роздрібно́ї торгівлі, з яких найбільш вагомими визначено техніко-технологічний, комерційний, маркетинговий, клієнтський і підприємницький потенціали. З метою виявлення взаємозв'язку між структурними компонентами конкурентного потенціалу, обґрунтовано концептуальну модель конкурентного потенціалу підприємства роздрібно́ї торгівлі, що враховує галузеву специфіку підприємств торгівлі.

3. Для системного опису конкурентного потенціалу підприємств роздрібно́ї торгівлі запропоновано класифікацію його видових проявів за часом і рівнем реалізації, принципом ієрархії, природою виникнення, джерелом походження, стадією динаміки, що є основою для оцінки й управління ним, оскільки дозволяє з позицій системного і комплексного підходів скласти уявлення про об'єкт дослідження. На основі дослідження змісту та систематизації підходів до управління конкурентним потенціалом обґрунтовано доцільність застосування динамічного підходу та обґрунтовано модель процесу управління конкурентним потенціалом підприємства як сукупності взаємопов'язаних функцій його прогнозування, планування, організації, мотивації, контролю, координації та регулювання.

4. За результатами оцінки впливу окремих компонентів конкурентного потенціалу підприємств роздрібно́ї торгівлі на формування і реалізацію загального конкурентного потенціалу підприємства, встановлено, що за мірою вагомості впливу на формування і реалізацію конкурентного потенціалу підприємств галузі перевагу мають комерційна, техніко-технологічна і клієнтська компоненти, а підприємницька і маркетингова компоненти чинять найменший вплив на вказані процеси.

5. Враховуючи необхідність кількісної оцінки конкурентного потенціалу підприємств роздрібно́ї торгівлі, розроблено систему показників оцінки його компонентів, яка відповідає вимогам комплексності, достатності, несуперечності та враховує галузеву специфіку. Обґрунтовано доцільність використання методу балів для комплексної оцінки рівня реалізації конкурентного потенціалу. Апробація запропонованого підходу в підприємствах роздрібно́ї торгівлі дозволила визначити основних конкурентів і місце конкурентного потенціалу кожного підприємства в конкурентній боротьбі, а також кількісно оцінити відставання від підприємства з найвищим рівнем конкурентного потенціалу.

6. З огляду на необхідність формування конкурентної стратегії підприємства за різних станів мінливості зовнішнього середовища, запропоновано основні доміанти визначення типу конкурентної стратегії та обґрунтовано підхід до формування паттернів конкурентної стратегії, що дозволяє встановлювати тип конкурентної стратегії і надає можливість комплексно враховувати ключові доміанти залежно від положення, яке займає підприємство на ринку. Запропонований підхід дозволяє поєднати внутрішні й зовнішні можливості торговельного підприємства, враховує принцип ієрархічності та передбачає варіативність конкурентних стратегій підприємства.

7. Для забезпечення конкурентостійкості підприємств роздрібно́ї торгівлі в конкурентному середовищі цільового споживчого ринку, обґрунтовано науково-

методичний підхід до управління конкурентним потенціалом, який передбачає формування стратегії розвитку конкурентного потенціалу за результатами оцінки рівня його реалізації, яка, в свою чергу, включає аналіз компонентів конкурентного потенціалу, здійснення на цій основі комплексної оцінки, та бенчмаркінгу конкурентного потенціалу підприємств роздрібної торгівлі.

8. З метою запровадження дієвих інструментів управління, що спрямовані на забезпечення результативності управління підприємствами роздрібною торгівлі і сприяють забезпеченню їх конкурентостійкості та розвитку конкурентного потенціалу, запропоновано використання бенчмаркінгу як дієвого інструмента управління конкурентним потенціалом та розроблено науково-методичний підхід до здійснення бенчмаркінгу конкурентного потенціалу. Для вивчення і запровадження провідного досвіду в сфері управління конкурентним потенціалом торговельних підприємств обґрунтовано об'єкти і результати бенчмаркінгу за окремими його складовими.

СПИСОК ОПУБЛІКОВАНИХ ПРАЦЬ ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ

Статті у наукових фахових виданнях України:

1. Афанасьєва М. В. Класифікація торговельних мереж / М. В. Афанасьєва // Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг : зб. наук. праць : у 2-ох частинах. – Харків : ХДУХТ, 2013. – Вип. 1 (17). - Ч. 2. – С. 102–110.

2. Афанасьєва М. В. Торговельна мережа як особлива організація торгівлі / В. А. Гросул, М. В. Афанасьєва // Економіка. Фінанси. Право. – 2013. – № 3/1. – С. 22–25. (Особистий внесок здобувача полягає у розкритті сутності та з'ясуванні особливостей організації та функціонування торговельних мереж).

3. Афанасьєва М. В. Теоретичні аспекти визначення сутності категорії «конкурентний потенціал» підприємства у сучасному науковому полі / В. А. Гросул, М. В. Афанасьєва // Економіка Криму. – 2013. – № 4 (45). – С. 280–284. (Особистий внесок здобувача полягає у визначенні сутності категорії «конкурентний потенціал підприємства» та ідентифікації його ключових характеристик).

4. Афанасьєва М. В. Методичний інструментарій формування стратегії розвитку конкурентного потенціалу торговельного підприємства / В. А. Гросул, М. В. Афанасьєва // Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія : Економічні науки. – Херсон : ХДУ, 2014. – Вип. 9–1. - Ч. 3. – С. 92–95. (Особистий внесок здобувача полягає в розробці методичного інструментарію формування стратегії розвитку конкурентного потенціалу підприємств торгівлі).

5. Афанасьєва М. В. Структура конкурентного потенціалу підприємства роздрібною торгівлі / М. В. Афанасьєва // Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. Серія : Економічні науки. – 2014. – № 3 (65). – С. 110–116.

Статті у фахових виданнях України, внесених до міжнародних наукометричних баз:

6. Афанасьєва М. В. Домінанти визначення конкурентної стратегії торговельного підприємства / В. А. Гросул, М. В. Афанасьєва // Прометей : регіональний збірник наукових праць з економіки. – 2014. – № 3 (45). – С. 87–91.

(Особистий внесок здобувача полягає в обґрунтуванні основних домінантів, за якими запропоновано обирати тип конкурентної стратегії підприємств торгівлі).

7. Афанасьєва М. В. Бенчмаркінг як інструмент управління конкурентним потенціалом підприємств роздрібної торгівлі / В. А. Гросул, М. В. Афанасьєва // Бізнес Інформ. – 2015. – № 1. – С. 353–357. (Особистий внесок здобувача полягає в розробці науково-методичного підходу до управління конкурентним потенціалом підприємств роздрібної торгівлі на основі бенчмаркінгу).

8. Афанасьєва М. В. Методичні підходи до комплексного оцінювання конкурентного потенціалу торговельного підприємства / В. А. Гросул, М. В. Афанасьєва // Актуальні проблеми економіки. – 2015. – № 5 (167). – С. 176–183. (Особистий внесок здобувача полягає в обґрунтуванні методичних підходів до комплексного оцінювання конкурентного потенціалу підприємств торгівлі).

Статті у зарубіжних наукових виданнях:

9. Afanasieva M. V. Structuring of the basic concepts of categorical apparatus of the theory of competition / V. A. Grosul, M. V. Afanasieva // The Advanced Science Journal. – Unated State. – 2014. – P. 94–97. (Особистий внесок здобувача полягає в структуруванні основних понять категоріального апарату теорії конкуренції).

Праці апробаційного характеру:

10. Афанасьєва М. В. Передумови виникнення та розвиток торговельних мереж в Україні / М. В. Афанасьєва : матеріали міжнар. наук.-практ. конф. [«Економіка, організація та управління підприємствами в сучасних економіко-правових умовах»], (Дніпропетровськ, 21–23 лист. 2012 р.). – Дніпропетровськ : НГУ, 2012. – С. 58–59.

11. Афанасьєва М. В. Торговельна мережа як особлива організація торгівлі / М. В. Афанасьєва : зб. матеріалів міжнар. наук.-практ. інтернет-конф. [«Економіка і управління: виклики та перспективи»], (Дніпропетровськ, 4–5 лют. 2013 р.). – Дніпропетровськ : Герда, 2013. – С. 99–101.

12. Афанасьєва М. В. Класифікація торговельних мереж / М. В. Афанасьєва : матеріали II всеукр. наук.-практ. інтернет-конф. [«Інтеграційні фінансово-економічні напрями розвитку України»], (Львів, 27 лют. 2013 р.). – Львів: ЛКА, 2013. – С. 60–62.

13. Афанасьєва М. В. Ефективність розміщення роздрібних торговельних мереж / М. В. Афанасьєва : зб. матеріалів міжнар. наук.-практ. інтернет-конф. [«Актуальні проблеми розвитку сучасної економіки»], (Дніпропетровськ, 13–14 бер. 2013 р.). – Дніпропетровськ : Герда, 2013. – С. 50–51.

14. Афанасьєва М. В. Особливості розвитку регіональних торговельних мереж / В. А. Гросул, М. В. Афанасьєва : тези доп. VI міжнар. наук.-практ. конф. [«Сучасна економічна теорія та пошук ефективних механізмів господарювання»], (Сімферополь, 15–16 бер. 2013 р.). – Сімферополь, 2013. – С. 258–259. (Особистий внесок здобувача полягає в з'ясуванні особливостей розвитку регіональних торговельних мереж).

15. Афанасьєва М. В. Проблеми та фактори, що впливають на розміщення об'єктів роздрібних торговельних мереж [Електронний ресурс] / М. В. Афанасьєва : тези доп. міжнар. наук.-практ. інтернет-конф. мол. учен. та студ. [«Особливості

ефективного управління підприємствами в умовах глобальних викликів»], (Чернівці, 22 бер. 2013 р.). – Режим доступу : <http://www.bsfa.edu.ua/files/konf/22032013/s1/Afanasyeva.pdf>.

16. Афанасьєва М. В. Вплив глобалізаційних процесів на розвиток роздрібних торговельних мереж / М. В. Афанасьєва : матеріали II міжнар. наук.-практ. конф. студ., аспір. та мол. учен. (IC YESS 2013) [«Ринкова природа інституційних трансформацій сучасних економічних систем»], (Чернівці, 18–20 квіт. 2013 р.) : У 2-х ч. – Чернівці : ЧНУ, 2013. – Ч. 1. – С. 21–22.

17. Афанасьєва М. В. Механізм функціонування роздрібних торговельних мереж на макрорівні / М. В. Афанасьєва : матеріали IX міжнар. наук.-практ. конф. [«Управління сучасним підприємством»], (Київ, 25–26 квіт. 2013 р.). – Київ : НУХТ, 2013. – С. 183–184.

18. Афанасьєва М. В. Теоретичні аспекти трактування сутності категорії «конкурентний потенціал підприємства» / М. В. Афанасьєва : матеріали III міжнар. наук.-практ. інтернет-конф. [«Економіка і управління в умовах глобалізації»], (Донецьк, 29 січ. 2014 р.). – Донецьк : ДонНУЕТ, 2014. – С. 39–41.

19. Афанасьєва М. В. Критичний огляд методів оцінки конкурентного потенціалу підприємства / М. В. Афанасьєва : матеріали V міжнар. наук.-практ. конф. викл., аспір. і студ. [«Маркетинг на міжнародних ринках товарів і послуг: глобальні аспекти»], (Україна–Словаччина, 16–25 лют. 2014 р.). – Україна–Словаччина, 2014. – С. 145–147.

20. Афанасьєва М. В. Особливості формування конкурентної стратегії торговельного підприємства в умовах підвищеної турбулентності зовнішнього середовища / М. В. Афанасьєва : матеріали XIV міжнар. наук.-практ. конф. [«Конкурентоспроможність національної економіки»], (Київ, 28 бер. 2014 р.). – Київ : КНУ, 2014. – С. 246–248.

21. Афанасьєва М. В. Місце конкурентного потенціалу в системі основних понять теорії конкуренції / М. В. Афанасьєва : тези доп. міжнар. наук.-практ. інтернет-конф. [«Проблеми теорії та практики управління економічним потенціалом підприємства»], (Харків, 13–15 трав. 2014 р.). – Харків : ХДУХТ, 2014. – С. 8–9.

22. Афанасьєва М. В. Конкурентний потенціал як об'єкт управління / М. В. Афанасьєва : тези доп. II міжнар. наук.-практ. конф. [«Менеджмент у XXI сторіччі: методологія і практика»], (Полтава, 15 трав. 2014 р.). – Полтава : ПолтНТУ, 2014. – С. 463–464.

23. Афанасьєва М. В. Стратегічне управління конкурентними діями підприємства / М. В. Афанасьєва : зб. тез доп. IV наук.-практ. конф. [«Актуальні питання організації та управління діяльністю підприємств у сучасних умовах господарювання»], (Харків, 27 лист. 2014 р.). – Харків : НАНГУ, 2014. – С. 16–18.

24. Афанасьєва М. В. Складові конкурентного потенціалу підприємства роздрібною торгівлі / М. В. Афанасьєва : тези доп. всеукр. наук.-практ. конф. мол. учен. і студ. [«Інноваційні технології розвитку у сфері харчових виробництв, готельно-ресторанного бізнесу, економіки та підприємництва: наукові пошуки молоді»], (Харків, 2 квіт. 2015 р.) : У 2-х ч. – Харків : ХДУХТ, 2015. – Ч. 2. – С. 4.

25. Афанасьєва М. В. Концептуальна модель конкурентного потенціалу підприємства роздрібною торгівлі / М. В. Афанасьєва : матеріали міжнар. наук.-

практ. конф. [«Розвиток національної економіки: теорія і практика»], (Івано-Франківськ, 3-4 квіт. 2015 р.) : У 2-х ч. – Тернопіль : Крок, 2015. – Ч. 2. – С. 19–20.

26. Афанасьєва М. В. Динамічність конкурентного потенціалу торговельного підприємства / М. В. Афанасьєва : тези доп. міжнар. наук.-практ. конф. [«Розвиток харчових виробництв, ресторанного та готельного господарств і торгівлі: проблеми, перспективи, ефективність»], (Харків, 14 трав. 2015 р.) : У 2-х ч. – Харків : ХДУХТ, 2015. – Ч. 2. – С. 345–346.

АНОТАЦІЯ

Афанасьєва М. В. Управління конкурентним потенціалом підприємств роздрібною торгівлі. – На правах рукопису.

Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук за спеціальністю 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності). – Харківський державний університет харчування та торгівлі Міністерства освіти і науки України, Харків, 2015.

У дисертаційній роботі обґрунтовано теоретичні засади та розроблено практичні рекомендації щодо управління конкурентним потенціалом підприємств роздрібною торгівлі.

У роботі розглянуто сутність поняття «конкурентний потенціал підприємства», аргументовано авторське бачення його змісту, ідентифіковано структуроутворюючі компоненти конкурентного потенціалу підприємства роздрібною торгівлі та сформульовано концептуальні положення управління ним.

Визначено основні тенденції розвитку конкурентного середовища в роздрібній торгівлі України, розроблено систему показників і здійснено оцінку компонентів конкурентного потенціалу підприємств роздрібною торгівлі, здійснено комплексну оцінку рівня реалізації конкурентного потенціалу підприємств роздрібною торгівлі.

Розроблено науково-методичний підхід до формування конкурентної стратегії підприємства в умовах підвищеної мінливості зовнішнього середовища, обґрунтовано науково-методичний підхід до управління конкурентним потенціалом підприємств торгівлі на основі бенчмаркінгу.

Ключові слова: конкурентний потенціал, конкурентостійкість, оцінка конкурентного потенціалу, управління, бенчмаркінг, конкурентна стратегія, підприємства роздрібною торгівлі.

АННОТАЦИЯ

Афанасьєва М. В. Управление конкурентным потенциалом предприятий розничной торговли. – На правах рукописи.

Диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.04 – экономика и управление предприятиями (по видам экономической деятельности). – Харьковский государственный университет питания и торговли Министерства образования и науки Украины, Харьков, 2015.

В диссертационной работе обоснованы теоретические основы и разработаны практические рекомендации по управлению конкурентным потенциалом предприятий розничной торговли.

В диссертации идентифицированы ключевые характеристики конкурентного потенциала предприятия. Получил дальнейшее развитие понятийный аппарат теории предприятия в части уточнения сущности экономической категории «конкурентный потенциал предприятия».

Систематизированы взгляды ученых-экономистов на варианты структуризации конкурентного потенциала предприятий розничной торговли и обоснованы составляющие (компоненты) конкурентного потенциала предприятий торговой отрасли: технико-технологический, коммерческий, маркетинговый, клиентский и предпринимательский потенциалы. Разработана концептуальная модель конкурентного потенциала предприятия розничной торговли, отражающая взаимодействие между его структурными компонентами и учитывающая отраслевую специфику розничной торговли.

Предложена классификация видовых проявлений конкурентного потенциала предприятий розничной торговли как основы для оценки и управления. Систематизированы подходы и обоснована целесообразность применения динамического подхода к управлению конкурентным потенциалом предприятия. Разработана модель процесса управления конкурентным потенциалом предприятия как совокупности взаимосвязанных функций прогнозирования, планирования, организации, мотивации, контроля, координации и регулирования.

Обоснован научно-методический подход к оценке компонентов конкурентного потенциала предприятий розничной торговли, апробация которого позволила определить степень влияния его отдельных составляющих на формирование и реализацию конкурентного потенциала предприятий отрасли.

Разработана система показателей оценки составляющих конкурентного потенциала предприятий розничной торговли и обоснована целесообразность использования балльного метода для комплексной оценки уровня реализации конкурентного потенциала предприятия.

Учитывая необходимость формирования конкурентной стратегии предприятия при различных состояниях изменчивости внешней среды, определены основные доминанты, по которым предложено выбирать тип конкурентной стратегии. Обоснован подход к формированию матрицы паттернов конкурентной стратегии предприятия, позволяющий определить тип конкурентной стратегии и дающий возможность для комплексного учета ключевых доминантов.

Разработан научно-методический подход к управлению конкурентным потенциалом предприятий розничной торговли, основывающийся на результатах оценки уровня реализации конкурентного потенциала, которая, в свою очередь, включает анализ его компонентов и определение на этой основе комплексной оценки конкурентного потенциала, а также бенчмаркинга конкурентного потенциала торгового предприятия. Предложенный подход позволяют разрабатывать обоснованную стратегию развития конкурентного потенциала предприятий розничной торговли.

Предложено и обосновано использования бенчмаркинга как адекватного современным условиям и действенного инструмента управления конкурентным потенциалом предприятий розничной торговли. Обоснован научно-методический подход к проведению бенчмаркинга конкурентного потенциала с алгоритмизацией

процедур и детализацией их содержания путем выделения последовательных этапов. Обоснованы объекты и результаты бенчмаркинга в разрезе отдельных составляющих конкурентного потенциала предприятий розничной торговли.

Ключевые слова: конкурентный потенциал, конкурентоустойчивость, оценка конкурентного потенциала, управление, бенчмаркинг, конкурентная стратегия, предприятия розничной торговли.

ANNOTATION

Afanasieva M.V. Management of competitive potential retailers. – Manuscript.

The dissertation for competition of candidate of economic sciences by speciality 08.00.04 – economics and management of enterprises (as per types of economic activity). Kharkiv State University of Food Technology and Trade of the Ministry of education and science of Ukraine, Kharkiv, 2015.

The theoretical basis and practical recommendations for the management of retail establishment's competitive potential are substantiated in the thesis.

The paper considered the essence of the concept "competitive potential of the enterprise", reasoned the author's vision of its content, identified the structure-forming components of competitive potential of business and formulated conceptual positions of its management.

The main trends in the competitive environment in the retail trade of Ukraine were identified in the thesis. The estimation of the components of competitive potential retailers was implemented, a system of indicators and the estimation of the components of the competitive potential retailers were developed, and a comprehensive assessment of the implementation of the competitive potential retailers was made.

The scientific and methodical approach to the formation of competitive strategy in a high variability of the environment was developed and scientific and methodical approach to the management of competitive potential retailers on the basis of benchmarking was substantiated.

Keywords: competitive potential, competitiveness, evaluation of competitive potential, management, benchmarking, competitive strategy, retailers.

Відповідальний за випуск Гросул В.А.

Підп. до друку 24.11.2015 р.
Формат 60*90/16. Папір офсетний. Гарнітура Times New Roman.
Друк ксерографічний. Ум. друк. арк. 0,9.
Наклад 100 прим. Зам. № 46528

Друкарня «Аладдин-Принт»
61023, м. Харків, вул. Сумська, 4, оф. 8
Тел.: (057) 764-72-11, <http://aladdin-print.ua>
Свідоцтво про державну реєстрацію В00 № 966600 від 28.03.2003 р.