**УКООПСПІЛКА**

**ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ УКРАЇНИ**

На правах рукопису

**Боїн Віктор Олександрович**

1. **УДК 334.735:339.137.2**

**ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНИЙ МЕХАНІЗМ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА**

08.00.04 – економіка та управління підприємствами

(за видами економічної діяльності)

Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук

Науковий керівник

к.е.н., доцент

Тягунова Н. М.

Полтава − 2009

**ЗМІСТ**

Вступ................................................................................................................ 4

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ…. 13

1.1. Соціально-економічна сутність конкурентоспроможності торговельних підприємств в сучасних умовах господарювання……….…… 13

1.2. Теоретичні аспекти організаційно-економічного механізму управ-ління конкурентоспроможністю торговельних підприємств споживчої кооперації…………………………………………………………………..…… 29

1.3. Методичні підходи до оцінки організаційно-економічного механізму управління конкурентоспроможністю торговельних підприємств……....…. 43

Висновки до розділу 1................................................................................. 64

РОЗДІЛ 2.

ОЦІНКА ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНОГО МЕХАНІЗМУ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ ТОРГІВЛІ СИСТЕМИ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ УКРАЇНИ ……….….. 68

2.1. Моніторинг соціально-економічного розвитку системи споживчої кооперації України………………………………………………………….….. 68

2.2. Дослідження організаційно-економічного механізму управління конкурентоспроможністю підприємств роздрібної торгівлі споживчої кооперації……………………………………………………………………….. 87

2.3. Діагностика організаційно-економічного механізму управління конкурентоспроможністю підприємств роздрібної торгівлі споживчої кооперації України……………………………………………………………. 107

Висновки до розділу 2.............................................................................. 121

РОЗДІЛ 3

УДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНОГО МЕХАНІЗМУ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ… 126

3.1. Формування організаційно-економічного механізму управління конкурентоспроможністю торговельних підприємств споживчої

кооперації ……………………………………………………………………... 126

3.2. Удосконалення методики оцінки організаційно-економічного механізму управління конкурентоспроможністю підприємств торгівлі споживчої кооперації……………………………….………………………… 141

3.3. Напрями підвищення конкурентоспроможності підприємств роздрібної торгівлі споживчої кооперації на засадах маркетингу………… 152

Висновки до розділу 3............................................................................... 164

Загальні висновки....................................................................................... 167

Додатки …………………………………………………………………... 171

Список використаних джерел.................................................................... 191

ВСТУП

**Актуальність теми дослідження.** Активне реформування споживчої кооперації на ринкових засадах зумовлює необхідність формування організаційно-економічного механізму управління конкурентоспроможністю підприємств. Особливо гостро зазначена проблема постає перед підприємствами роздрібної торгівлі системи споживчої кооперації. Незважаючи на те, що в даний час споживча кооперація перейшла від стратегії виживання і стабілізації до стратегії збалансованого розвитку, торгівля, яка є основним елементом її багатогалузевого господарства і суттєво впливає на виконання системою соціальної місії, як і раніше характеризується низьким рівнем конкурентоспроможності.

У зв’язку з цим виникає необхідність науково обґрунтованого підходу до вдосконалення організаційно-економічного механізму управління конкурентоспроможністю підприємств роздрібної торгівлі системи споживчої кооперації з урахуванням їх внутрішніх особливостей і динамічності зовнішнього середовища.

Наукових праць, присвячених питанням конкурентної боротьби, конкурентних переваг, конкурентоспроможності й управління нею, опубліковано багато як вітчизняними, так і закордонними науковцями, серед яких Г. Азоєв, І. Ансофф, І. Герчикова, О. Горбашко, Ю. Іванов, Ф. Котлер, І. Лошенюк, В. Павлова, М. Портер, А. Томпсон, Ч. Стрікленд, А. Юданов.

Проте, необхідно врахувати особливості діяльності підприємств роздрібної торгівлі споживчої кооперації України в розробці програми вдосконалення їх конкурентоспроможності. Теоретичні та прикладні основи особливостей функціонування організацій і підприємств системи споживчої кооперації, її становлення та ролі, заклали дослідники: І. Абдукарімов, М. Аліман, В. Апопій, С. Бабенко, О. Березін, В. Гончаренко, Я. Качмарик, І. Маркіна, М. Макарова, В. Момот та інші.

Однак питання підвищення ефективності функціонування підприємств роздрібної торгівлі споживчої кооперації шляхом удосконалення організаційно-економічного механізму розвитку конкурентоспроможності їх діяльності залишаються дискусійними.

Для досягнення високих економічних результатів сучасним торговельним підприємствам необхідно постійно адаптовуватися до мінливих умов ринку, перевершуючи діяльність конкурентів за якістю, швидкістю та гнучкістю задоволення споживчих потреб. Реалізація вищезазначеного є ускладненою без управління механізмом розвитку конкурентоспроможності підприємств.

Актуальність і об’єктивна необхідність подальшого дослідження вказаних проблем визначили вибір теми, мету і завдання дисертації.

**Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами.** Дослідження проведено з урахуванням Стратегії розвитку споживчої кооперації України (2004 − 2015 рр.) та Закону України «Про споживчу кооперацію» № 2265 − XII від 10.04.1992 р. Дисертацію виконано відповідно до тематичного плану науково-дослідних робіт Полтавського університету споживчої кооперації України в межах тем: «Пріоритетні напрямки розвитку комерційної діяльності споживчої кооперації України» (номер державної реєстрації 010U80004052) та «Управління споживчою кооперацією як соціально-економічною системою» (номер державної реєстрації 0105U003904).

Дисертант брав участь у наукових дослідженнях як виконавець і розробив рекомендації щодо вдосконалення організаційно-економічного механізму управління конкурентоспроможністю діяльності торговельних підприємств споживчої кооперації України як складових соціально-економічної системи.

**Мета і завдання дослідження.** Метою роботи є розробка теоретичних і методичних основ формування організаційно-економічного механізму управління конкурентоспроможністю торговельного підприємства системи споживчої кооперації України.

Для досягнення цієї мети в дисертаційній роботі сформульовано та вирішено такі завдання:

визначено соціально-економічну сутність конкурентоспроможності торговельних підприємств споживчої кооперації України;

досліджено концептуальні положення щодо управління конкурентоспроможністю торговельних підприємств споживчої кооперації;

проведено моніторинг соціально-економічного розвитку підприємств системи споживчої кооперації України;

досліджено теоретичні аспекти організаційно-економічного механізму управління конкурентоспроможністю торговельних підприємств споживчої кооперації;

розроблено методичний підхід щодо оцінки функціонування, можливостей удосконалення та формування організаційно-економічного механізму управління конкурентоспроможністю підприємств роздрібної торгівлі споживчої кооперації;

досліджено можливості удосконалення організаційно-економічного механізму управління конкурентоспроможністю торговельних підприємств системи споживчої кооперації України;

здійснено оцінку змін організаційно-економічного механізму управління конкурентоспроможністю торговельних підприємств споживчої кооперації;

обґрунтовано методику формування організаційно-економічного механізму управління конкурентоспроможністю торговельних підприємств системи споживчої кооперації України.

*Об’єктом дослідження* є процес управління конкурентоспроможністю торговельного підприємства системи споживчої кооперації України.

*Предметом дослідження* є організаційно-економічний механізм управління конкурентоспроможністю торговельного підприємства системи споживчої кооперації України.

*Методи дослідження.* При проведенні дослідження використовувалися такі загальнонаукові прийоми і методи дослідження: структурно-логічний і семантичний аналіз (при визначенні концептуальних положень щодо управління конкурентоспроможністю торговельних підприємств на засадах системного підходу); аналізу та синтезу (при формуванні базових принципів, функцій, цілей управління конкурентоспроможністю торговельних підприємств); статистичних порівнянь (при інтерпретації результатів проведеного дослідження); ситуаційного аналізу (при діагностиці організаційно-економічного механізму управління конкурентоспроможністю підприємств роздрібної торгівлі); організаційного моделювання (при розробці методичних підходів щодо формування оптимальної структури організаційно-економічного механізму управління конкурентоспроможністю підприємств роздрібної торгівлі); експертних і бальних оцінок, середніх і відносних величин (при проведенні комплексної інтегральної оцінки конкурентоспроможності діяльності торговельних підприємств споживчої кооперації); узагальнення та наукової абстракції (при обґрунтуванні концепції організаційно-економічного механізму управління конкурентоспроможністю торговельних підприємств).

Теоретичною та методологічною основою дослідження є наукові праці провідних вітчизняних і зарубіжних вчених в галузі менеджменту, маркетингу, в сфері розвитку споживчої кооперації. Правові засади забезпечили законодавчі та нормативні документи з питань регулювання діяльності підприємств споживчої кооперації. У ході дослідження, аналізу та узагальнення отриманих результатів використано дані статистичної звітності, результати анкетного опитування, матеріали засобів масової інформації та мережі Internet.

**Наукова новизна одержаних результатів** полягає в теоретичному обґрунтуванні та практичному вирішенні комплексу питань щодо формування організаційно-економічного механізму управління конкурентоспроможністю торговельного підприємства системи споживчої кооперації України. Основні положення дисертації, які визначають її наукову новизну та винесені на захист, полягають у наступному.

*Вперше:*

запропоновано методичний підхід щодо оцінки функціонування, можливостей удосконалення та формування організаційно-економічного механізму управління конкурентоспроможністю торговельного підприємства системи споживчої кооперації України на основі методу комплексної інтегральної оцінки шляхом розробки оптимізаційної моделі, що дозволило виявити проблеми функціонування механізму, визначити напрями та розробити програму його вдосконалення.

*Удосконалено:*

концептуальні положення управління конкурентоспроможністю діяльності підприємств споживчої кооперації, що полягають в обґрунтуванні необхідності визначення суб’єкта та об’єкту, функціонального змісту, формування мети і завдань, деталізації принципів, функцій, цілей управління конкурентоспроможністю підприємств, що дозволило комплексно розкрити сутність управління конкурентоспроможністю кооперативних торговельних підприємств;

методичний підхід до оцінки функціонування організаційно-економічного механізму управління конкурентоспроможністю торговельних підприємств на основі використання методів кількісного аналізу та економічного прогнозування, який полягає в розробці критеріїв та напрямків оцінки функціонування зазначеного механізму на оперативному, тактичному та стратегічному рівнях управління;

організаційно-економічний механізм управління конкурентоспроможністю торговельних підприємств споживчої кооперації України на засадах організаційного моделювання, що передбачає конкретизацію напрямків управління конкурентоспроможністю та підвищення оперативності в проведенні оцінки діяльності підприємств, що дозволило забезпечити адекватність запропонованого механізму стратегічним напрямам розвитку системи споживчої кооперації України;

методичний підхід щодо формування організаційно-економічного механізму управління конкурентоспроможністю торговельних підприємств споживчої кооперації, з використанням методів аналізу, синтезу та комплексного підходу, яка передбачає управління організаційним забезпеченням розвитку конкурентоспроможності підприємства; врахування факторів, що формують зазначений механізм; поетапну діагностику організаційно-економічного механізму управління конкурентоспроможністю; оцінку фінансових та нефінансових показників діяльності підприємства; моніторинг стратегічних напрямів діяльності підприємства, що дозволило оптимізувати діючий механізм і забезпечити досягнення мети його функціонування.

*Набуло подальшого розвитку:*

визначення соціально-економічної сутності конкурентоспроможності торговельних підприємств на засадах діалектичного підходу, методів історичного та логічного, що дозволило трактувати її як здатність торговельного підприємства сформувати та використовувати у довгостроковій перспективі сукупний потенціал, що забезпечить підприємству стійке ринкове положення, економічні та конкурентні переваги у порівнянні з іншими господарюючими суб’єктами ринку та реалізацію його пріоритетних цілей;

розкриття сутності поняття «організаційно-економічний механізм управління конкурентоспроможністю підприємства» на основі методів аналізу та синтезу, що дозволило в подальшому розглядати його як сукупність управлінських елементів, що зумовлюють встановлення та підтримку взаємовигідних відносин підприємства з контактними аудиторіями через застосування раціональних важелів його функціонування;

дослідження теоретико-практичних засад розвитку підприємств системи споживчої кооперації України на основі використання економіко-статистичних методів через визначення проблем, тенденцій і перспектив функціонування споживчої кооперації в цілому та її торговельної галузі зокрема, що дозволило обґрунтувати необхідність раціоналізації організаційно-економічного механізму управління конкурентоспроможністю підприємств роздрібної торгівлі.

**Практичне значення одержаних результатів** полягає у розробці рекомендацій щодо формування організаційно-економічного механізму управління конкурентоспроможністю торговельного підприємства системи споживчої кооперації України. Основні наукові положення роботи доведено до рівня методичних рекомендацій, які можна використовувати у практиці господарювання споживчої кооперації України. Практичне впровадження результатів дослідження сприяє зміцненню ринкових позицій торговельних підприємств системи споживчої кооперації України, ефективному використанню їх потенціалу, підвищенню соціальної та економічної ефективності діяльності.

До результатів, які мають найбільше практичне значення, належать такі: обґрунтування методичного підходу щодо оцінки функціонування, можливостей удосконалення та формування організаційно-економічного механізму управління конкурентоспроможністю торговельних підприємств системи споживчої кооперації України; розробка методичного підходу щодо формування механізму управління конкурентоспроможністю зазначених підприємств; використання системи показників управління конкурентоспроможністю кооперативних торговельних підприємств роздрібної торгівлі та механізм поєднання запропонованих показників.

Обґрунтовані в дисертації висновки та рекомендації схвалені та прийняті до впровадження в практичну діяльність системи споживчої кооперації України (акт впровадження №16-2/245 від 06.04.2009 р.), Луганської облспоживспілки (акт впровадження №35-18/820 від 19.02.2009 р.), Черкаської облспоживспілки (акт впровадження №27-43/751 від 22.12.2008 р.).

Результати дослідження використовуються у навчальному процесі Полтавського університету споживчої кооперації України при розробці навчально-методичних комплексів та в процесі викладання дисциплін «Організація торгівлі», «Комерційна діяльність на ринку товарів та послуг», «Менеджмент підприємства», «Маркетинг підприємства» (акт впровадження № 45-90/14 від 31.08.2009 р.).

**Особистий внесок здобувача.** Дисертаційна робота є самостійно виконаним завершеним науковим дослідженням. Основні положення і висновки, що виносяться на захист, отримані автором особисто. З наукових праць, опублікованих у співавторстві, у дисертації використано лише ті положення, висновки, рекомендації та пропозиції, які є результатом особистої праці автора.

**Апробація результатів дисертації.** Основні теоретичні положення та практичні результати дослідження за темою дисертації доповідалися та схвалені на 11 науково-практичних конференціях, у тому числі: I та II Міжнародних науково-практичних конференціях «Методологія та практика менеджменту на порозі XXI століття: загальнодержавні, галузеві та регіональні аспекти» (м. Полтава, 2004, 2006 рр.), IV Міжнародній науково-практичній конференції «Методологія та практика менеджменту на порозі XXI століття» (м. Полтава, 2008 р.), III Міжнародній науково-практичній конференції «Маркетингові дослідження в Україні» (м. Луганськ, 2008 р.), Міжнародній науково-практичній конференції «Споживча кооперація XXI століття: уроки трансформаційних реформ і перспективи розвитку» (м. Полтава, 2008 р.), «Vedecky prumysl evropskeho kontinentu – 2008» (м. Прага, 2008 р.), науково-практичних конференціях професорсько-викладацького складу й аспірантів Полтавського університету споживчої кооперації України.

**Публікації.** За темою дослідження опубліковано 10 наукових праць загальним обсягом 3,6д.а., в тому числі 7 одноосібних, з яких 5 − у наукових фахових виданнях.

**Структура й обсяг роботи.** Дисертація складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел, що налічує 233 найменувань, і 7 додатків на 19 сторінках. Обсяг основного тексту дисертації становить 169 сторінок, містить 23 таблиці та 23 рисунки (з них 4 таблиці та 4 рисунки − на 18 окремих сторінках).

ВИСНОВКИ

У дисертації здійснено теоретичне узагальнення та запропоновано нове розв’язання актуального наукового та практичного завдання − розробки теоретико-методичних і практичних рекомендацій щодо оптимізації організаційно-економічного механізму управління конкурентоспроможністю торговельних підприємств системи споживчої кооперації в сучасних умовах. За результатами проведеного дослідження сформульовано такі висновки:

1. Проаналізовано соціально-економічну сутність поняття «конкуренто-спроможність», доведено відмінність наукових поглядів на дану категорію, зазначено, що вона являє собою здатність досягати певних ринкових цілей, являється показником ефективності діяльності господарюючого суб’єкта, та є можливістю збереження і утримання підприємством конкурентних переваг для розвитку власного ринкового потенціалу.

2. Досліджено концептуальні положення управління конкуренто-спроможністю діяльності підприємств споживчої кооперації на засадах системного підходу, визначено функціональний зміст, сформовано мету, цілі та завдання управління. Серед основних принципів управління конкурентоспроможністю зазначено: комплексний характер формування управлінських рішень, інтегрованість методів функціонального управління торговельним підприємством, врахування специфічних умов функціонування конкретного торговельного підприємства, високий динамізм управління, варіативність підходів щодо розробки окремих управлінських рішень, орієнтованість на стратегічні цілі розвитку торговельного підприємства.

3. У результаті дослідження теоретичних аспектів організаційно-економічного механізму управління конкурентоспроможністю торговельних підприємств системи споживчої кооперації як сукупності управлінських елементів, що зумовлюють встановлення та підтримку взаємовигідних відносин підприємства з контактними аудиторіями через застосування раціональних важелів його функціонування, було запропоновано алгоритм діагностики функціонування визначеного механізму на основі методу комплексної інтегральної оцінки та оптимізаційної моделі. Визначено, що використання зазначеного методу дозволяє проводити діагностику не лише на основі кількісних, але й якісних параметрів.

4. Проведено дослідження теоретико-практичних засад розвитку підприємств системи споживчої кооперації в цілому та торговельної галузі зокрема, яке визначило існуючі проблеми, тенденції та перспективи функціонування. За результатами аналізу доведено, що серед галузей споживчої кооперації активно діючою та домінуючою є торгівля. Разом з тим, незважаючи на суттєву приорітетність, її можливості в окремих обласних споживчих товариствах використовуються не в повній мірі, розвиток підприємств відбувається повільними темпами і потребує змін. Визначено, що причиною негативних результатів є недосконалий організаційно-економічний механізм управління конкурентоспроможністю торговельних підприємств.

5. Проведено діагностику функціонування організаційно-економічного механізму управління конкурентоспроможністю торговельних підприємств споживчої кооперації України, за допомогою якої було виявлено ринкові можливості та загрози, сильні та слабкі сторони діяльності даних підприємств, досліджено зовнішній організаційно-економічний базис управління конкурентоспроможністю, визначено основні фактори, що формують зазначений механізм на рівні торговельних підприємств, серед яких: відбір, підготовка та підвищення кваліфікації кадрів; розробка та реалізація комплексу маркетингу; моніторинг ринку; форма торгівлі; вибір постачальників; транспортування, приймання та складування товарів; організація, збереження, підготовка товарів до продажу; метод обслуговування.

6. За результатами діагностики діючого організаційно-економічного механізму управління конкурентоспроможністю торговельних підприємств системи споживчої кооперації України здійснено оцінку можливостей його вдосконалення за допомогою методики комплексної інтегральної оцінки конкурентоспроможності ринкових об’єктів, з урахуванням значення ентропії (рівня впорядкованості) та внутрішньої функціональної значимості обраних елементів. Надані рекомендації дозволили експертним шляхом визначити конкурентну позицію діючого механізму, виявити переваги та недоліки управлінських зусиль у порівнянні з ідеальним їх станом. На підставі результатів комплексної інтегральної оцінки побудовано оптимізаційну модель активізації факторів, що формують організаційно-економічний механізм управління конкурентоспроможністю торговельних підприємств споживчої кооперації. Розраховано, що найбільш вагомими факторами у даній моделі є: розробка та реалізація комплексу маркетингу (вагомість фактору – 0,51), організація форми торгівлі (вагомість фактору –0,24), відбір, підготовка та підвищення кваліфікації кадрів (вагомість фактору – 0,13). Таким чином, визначено питому вагу кожного бізнес-процесу в загальній системі розвитку торговельних підприємств споживчої кооперації, в процесі удосконалення організаційно-економічного механізму управління їх конкурентоспроможністю.

7. Обґрунтовано методику управління конкурентоспроможністю торговельних підприємств споживчої кооперації України, що передбачає побудову стратегічної карти організаційно-економічного механізму управління конкурентоспроможністю торговельних підприємств, яка складається з наступних елементів: управління основними показниками організаційного забезпечення функціонування підприємств, фактори розвитку конкурентоспроможності, ринок збуту, показники функціонування (фінансові, нефінансові), стратегічний напрям діяльності підприємства (концентрація зусиль на існуючому ринку, розширення ринку, горизонтальна інтеграція, вертикальна інтеграція, спільне підприємство, концентрична диверсифікація, зменшення витрат, частковий розпродаж).

8. Запропоновано методичний підхід щодо оцінки функціонування, можливостей удосконалення та змін організаційно-економічного механізму управління конкурентоспроможністю торговельних підприємств системи споживчої кооперації України, який дозволив виявити проблеми функціонування механізму, визначити напрями і розробити програму його вдосконалення. У дисертації визначено критерії оцінки досягнення мети функціонування організаційно-економічного механізму управління конкурентоспроможністю досліджуваних підприємств.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Абдукаримов И. Т. Анализ хозяйственной деятельности потребительской кооперации : [учеб. для вузов] / И. Т. Абдукаримов. – [ 2-е изд., перераб.]. – М. : Экономика, 1989. – 319 с.
2. Азарян О. М. Внутрішня торгівля: регіональні аспекти розвитку /

О. М. Азарян ; Донецький нац. ун-т економіки і торгівлі ім.

М. Туган-Барановського. – Донецьк ; Львів : ДонНУЕТ, 2007. – 404 с.

1. Азоев Г. Л. Конкурентные преимущества фирмы / Г. А. Азоев,

А. П. Челенков. − М. : ОАО «Новости», 2000. − 256 с.

1. Азоев Г. Л. Конкуренция / Г. Л. Азоев. − М. : ЮНИТИ – ДАНА, 1996. – 208 с.
2. Азоев Г. Л. Конкуренция: анализ, стратегия и практика /

Г. Л. Азоев. − М. : Центр экономики и маркетинга, 2004. – 235 с.

1. Алещенко В. В. Теоретико-методологические вопросы конкурентоспособности экономической системы / В. В. Алещенко // Маркетинг в России и за рубежом. – 2005. − № 1.− С. 106 – 112.
2. Аліман М. В. Видатні діячі кооперативного руху та їх ідеї : [ навч. посібник ] / М. В. Аліман. – Донецьк ; Полтава : ЄАТ – ПРЕС, 1998. – 152 с.
3. Аналуои Ф. Стратегический менеджмент малых и средних предприятий: [учебник] / Ф. Аналуои, А. Карами. – М. : ЮНИТИ – ДАНА, 2005. – 340 с.
4. Ананьєв О. М. Корпоративна система планування торгівлі та механізми її забезпечення (на матеріалах споживчої кооперації України) : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.07.05 „Економіка торгівлі та послуг” / О. М. Ананьєв. – Львів, 2001. – 20 с.
5. Ансофф И. Новая корпоративная стратегия / И. Ансофф. – СПб. : Питерком, 1999. – 416 с.
6. Ансофф И. Стратегическое управление / И. Ансофф. – М. : Экономика, 1989. – 520 с.
7. Ареф’єва О. Методичний підхід до визначення резервів загального потенціалу розвитку підприємства та управління ним /

О. Ареф’єва, О. Коренкова // Економіст. – 2003. − № 9. − С.45 – 47.

1. Афанасьев М. Мировая конкуренция и кластеризация экономики / М. Афанасьев, Л. Мясникова // Вопросы экономики. − 2005. − № 4.− С.75 –86.
2. Ахматова М. Теоретические модели конкурентоспособности /

М. Ахматова, Е. Попов // Маркетинг. – 2003. − № 4. – С.25 – 38.

1. Бабенко С. Г. Передумови та засади розвитку кооперативних систем : [монографія] / С. Г. Бабенко ; Київський національний економічний університет. – К. : Наукова думка, 2003. – 322 с.
2. Бабенко С. Г. Собственность потребительской кооперации: социально - экономическая природа и особенности реформирования /

С. Г. Бабенко // Экономика Украины. – 2001. – № 12. – С. 4 –10.

1. Бабенко С. Г. Стратегія розвитку кооперативного сектора економіки України / С. Г. Бабенко // Економіка і прогнозування. – 2003. – № 4. – С. 38 – 49.
2. Бабенко С. Г. Трансформація кооперативних систем у перехідній економіці : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня доктора екон. наук : спец. 08.01.01 „Економічна теорія” / С. Г. Бабенко. – К., 2004. – 32 с.
3. Балабан П. Ю. Історичні аспекти розвитку споживчої кооперації України / П. Ю. Балабан, М. В. Аліман // Вісті Центральної спілки споживчих товариств України. Діловий випуск. – 2005. – № 14. – С. 4 – 17.
4. Балабанова Л. В. Зв’язки з громадськістю в системі маркетингового менеджменту підприємств / Л. В. Балабанова,

К. В. Савельєва. – Донецьк : ДонДУЕТ, 2005. – 273 с.

1. Балабанова Л. В. Маркетинг : [підручник] / Л. В. Балабанова. − [2-ге вид., перероб. і доп.]. − К. : Знання - Пресс, 2004. − 645 с.
2. Балабанова Л. В. Управление конкурентоспособностью предприятий на основе маркетинга / Л. В. Балабанова, А. В. Кривенко. –Донецк : Донец. гос. ун-т экономики и торговли, 2004. – 147 с.
3. Балабанова Л. В. Управління маркетинговим потенціалом підприємства / Л. В. Балабанова, Р. В. Мажинський. – К. : ВД «Професіонал», 2006. – 288 с.
4. Баранчеева В. П. Анализ и оценка маркетингового потенциала предприятия / В. П. Баранчеева // Маркетинг. − 2004. – №3. – С. 42 – 50.
5. Басовский Л. Е. Прогнозирование и планирование в условиях рынка / Л. Е. Басовский. – М. : ИНФРА – М, 2002. – 260 с.
6. Березін О. В. Споживча кооперація в інфраструктурі продовольчого ринку України / О. В. Березін // Вісті Центральної спілки споживчих товариств України. Діловий випуск. – 2005. – № 7. – С.1 – 2.
7. Бинкин Б. А. Эффективность управления : наука и практика /

Б. А. Бинкин, В. И. Черняк. – М. : Наука, 1982. – 267 с.

1. Бланк И. А. Управление прибылью / И. А. Бланк. − К. : Наука -Центр, 1998. − 544 с.
2. Близнюк С. В. Методичні та організаційні засади стратегічного маркетингу торговельного підприємства: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.06.02 „Підприємництво, менеджмент та маркетинг” / С. В. Близнюк. – К., 1997. – 23 с.
3. Близнюк С. В. Стратегічний маркетинг торговельної фірми : методичні і організаційні аспекти управління : [монографія] / С. В. Близнюк ; Українська академія зовнішньої торгівлі. – К., 1998. – 150 с.
4. Богомолова И. П. Анализ формирования категории конкурентоспособности как фактора рыночного превосходства экономических объектов / И. П. Богомолова, Е. В. Хохлов // Маркетинг в России и за рубежом. – 2005. − № 1. – С.113 – 119.
5. Боїн В. О. Дослідження чинників, що визначають конкурентні стратегії торговельних підприємств споживчої кооперації / В. О. Боїн // Матеріали IV Міжнародної науково-практичної конференції «Vedecky prumysl evropskeho kontinentu – 2008» – Прага: Publ. House “Education and Science”, 2008 р. – Т. 4. – С. 16 – 20.
6. Боин В. А. Комплексная оценка конкурентоспособности бизнес-процессов торговых предприятий потребительской кооперации Украины /

В. А. Боин // Бизнес-Информ. – 2009. – № 1 (1). – С. 152 – 156.

1. Боїн В. О. Методичні підходи до визначення факторів конкурентоспроможності торговельних підприємств споживчої кооперації / В. О. Боїн // Схід. – 2009. – № 1 (92). – С. 16 – 20.
2. Боїн В. О. Персонал як чинник підвищення ефективності комерційної діяльності роздрібних торговельних підприємств / В. О. Боїн // Економіка: проблеми теорії та практики: Зб. наук. праць. – Дніпропетровськ: ДНУ, 2008. – Вип. 237. – С. 467 – 471.
3. Боїн В. О. Підвищення конкурентоспроможності маркетингового потенціалу торговельних підприємств споживчої кооперації України /

В. О. Боїн // Вісник ХНУ. Том 2. – Хмельницьк: ХНУ, 2008. – С. 59 – 63.

1. Боїн В. О. Теоретичні аспекти підвищення конкурентоспроможності підприємств споживчої кооперації / В. О. Боїн // Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції «Споживча кооперація XXI століття: уроки трансформаційних реформ і перспективи розвитку» – Полтава: РВВ ПУСКУ, 2008. – С. 47 – 50.
2. Боїн В. О. Управління організаційно-економічним механізмом розвитку конкурентоспроможності торговельних підприємств споживчої кооперації / В. О. Боїн // Вісник ОДЕУ. – Одеса: ОДЕУ, 2009. – № 4 (82). – С. 71 – 76.
3. Боїн В. О. Конкурентоспроможність торговельних підприємств як умова ефективного функціонування в ринкових умовах / В. О. Боїн,

Н. М. Тягунова // Науковий вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту КНЕУ. Вип. II. Економічні науки. − Чернівці: Книги-XXI, 2008. − С. 171 −175.

1. Боїн В. О. Маркетингові дослідження як основа побудови стратегії розвитку підприємств споживчої кооперації / В. О. Боїн,

Н. М. Тягунова // Матеріали III Міжнародної науково-практичної конференції «Маркетингові дослідження в Україні» – Луганськ: Вид-во СНУ ім. В. Даля, 2008. – С. 264 – 266.

1. Боїн В. О. Стратегічне управління маркетинговим потенціалом підприємства / В. О. Боїн, Н. М. Тягунова // Матеріали IV Міжнародної науково-практичної конференції «Методологія та практика менеджменту на порозі XXI століття» – Полтава: РВВ ПУСКУ, 2008. – С. 139 – 140.
2. Борисенко З. Международная конкурентная политика в условиях глобализации мировой экономики / З. Борисенко // Вопросы экономики. – 2005. − № 1.− С. 86 – 91.
3. Боровских Н. Конкурентные стратегии : методология формирования и развития / Н. Боровских // Маркетинг. −2005. − № 2. – С.37 –48.
4. Бородин А. Этапы формирования стратегического потенциала предприятия / А. Бородин // Проблемы теории и практики управления. – 2003. − № 6. – С. 95 – 102.
5. Браун Марк Г. Сбалансированная система показателей : на маршруте внедрения : [пер. с англ.] / Г. Марк Браун. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2005. – 226 с.
6. Бурр В. Концепция устойчивого конкурентного преимущества / В. Бурр // Проблемы теории и практики управления. − 2004. − № 4.− С. 107 –113.
7. Бутко Н. Инвестиционные аспекты повышения конкурентного преимущества / Н. Бутко // Экономика Украины. −2004. − № 4. – С.40 – 52.
8. Варфоломеев В. И. Алгоритмическое моделирование элементов экономических систем : [практикум] / В. И. Варфоломеев, С. В. Назаров. – М. : Финансы и статистика, 2004. – 264 с.
9. Василенко В. О. Стратегічне управління : [навч. посібник] /

В. О. Василенко, Т. І. Ткаченко. – К. : ЦУЛ, 2003. – 396 с.

1. Великий тлумачний словник сучасної української мови / уклад. і голов. ред. В. Т. Бусел. – К. : Ірпінь : ВТФ “Перун”, 2003. – 1440 с.
2. Винокуров В. А. Организация стратегического управления на предприятии / В. А. Винокуров. – М. : Центр экономики и маркетинга, 1996. – 458 с.
3. Виханский О. С. Стратегическое управление / О. С. Виханский. – М. : Гардарика, 1999. – 296 с.
4. Вітлінський В. В. Моделювання економіки : [навч. посібник] /

В. В. Вітлінський. – К. : КНЕУ, 2003. – 408 с.

1. Внутрішній економічний механізм підприємства : [навч. посібник] / М. Г. Грещак, О. М. Гребешкова, О. С. Коцюба [та ін.] ; за ред.

М. Г. Грещака. – К. : КНЕУ, 2001. – 228 с.

1. Власов К. П. Методы исследований и организация экспериментов / К. П. Власов. – Х. : Гуманитарный центр, 2002. – 256 с.
2. Войчак А. В. Конкурентні переваги підприємства: сутність і класифікація / А. В. Войчак, Р. В. Камишніков // Маркетинг в Україні. – 2005. – № 2. – С. 50 – 53.
3. Войчак А. В. Маркетинговий менеджмент : [підручник] /

А. В. Войчак. – К. : КНЕУ, 1998. – 268 с.

1. Гавриленко Ю. М. Організація роботи з кадрами в споживчій кооперації : [навч. посібник] / Ю. М. Гавриленко. – К. : ЄАІ-прес, 1997. – 160 с.
2. Гавришко О. А. Некоторые вопросы обеспечения конкурентоспособности малых предприятий / О. А. Гавришко // Актуальные проблемы реформирования экономики в регионе : сб. науч. тр. – Донецк, 2002. – 324 с.
3. Гаркавенко С. С. Маркетинг : [підручник] / C. C. Гаркавенко. – К. : Лібра, 2002. – 712 с.
4. Гатоматис Панагиотис Информационная поддержка принятия маркетинговых решений : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.06.02 „Підприємництво, менеджмент та маркетинг” / Панагиотис Гатоматис. – Х., 1995. – 18 с.
5. Герасимчук В. Г. Діагностика системи управління підприємством : [навч. посібник] / В. Г. Герасимчук. – К. : ІСДО, 1995. – 120 с.
6. Герасимчук В. Г. Маркетинг і розвиток підприємства: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.06.02 „Підприємництво, менеджмент та маркетинг” / В. Г. Герасимчук. – К., 1996. – 35 с.
7. Герасимчук В. Г. Стратегічне управління підприємством /

В. Г. Герасимчук. – К. : КНЕУ, 2000. – 300 с.

1. Германчук А. М. Управління комерційною діяльністю підприємства на основі маркетингу : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: спец. 08.06.02 „Підприємництво, менеджмент та маркетинг” / А. М. Германчук. – Донецьк, 2000. – 20 с.
2. Гіковатий В. М. Моделювання механізмів взаємодії підприємства та споживача : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.03.02 «Економіко-математичне моделювання» /

В. М. Гіковатий. – Х., 2003. – 20 с.

1. Голошубова Н. О. Організація торгівлі : [ підручн. для студентів вищ. навч. закл.] / Н. О. Голошубова. – К. : Книга, 2004. – 560 с.
2. Гольштейн Е. Г. Математический аппарат экономического моделирования / Е. Г. Гольштейн. – М. : Наука, 1983. − 367 с.
3. Гончаренко В. В. Кредитна кооперація : форми економічної самодопомоги сільського та міського населення у світі та в Україні : теорія, методологія, практика / В. В. Гончаренко. – К. : Глобус, 1998. – 330 с.
4. Гончаренко В. В. Теоретико-методологічні підходи до відродження національного кооперативного руху / В. В. Гончаренко // Вісник Полтавського державного сільськогосподарського інституту. – 2001. – № 5 – 6. – С. 10 – 15.
5. Гончаренко В. В. Напрямки відродження кооперативного руху та роль сільськогосподарських кооперативів у цьому процесі /

В. В. Гончаренко, О. П Чукурна. – Донецьк : Коопінформ, 2002. – 27 с.

1. Гордон Я. Маркетинг партнерских отношений : [пер с англ.] / под ред. О. А. Третьяк. − СПб. : Питер, 2001. − 384 с. − (Маркетинг для профессионалов).
2. Гохберг Ю. Формування стратегії досягнення високої конкурентоспроможності підприємства / Ю. Гохберг, О. Чернега // Економіст. – 2001. − № 12. – С.74 – 79.
3. Гош А. Рынок как средство возрождения переходной экономики Украины / А. Гош // Экономика Украины. − 2005. − № 9. – С. 75 – 82.
4. Грабовецький Б. Є. Економічне прогнозування і планування : [навч. посібник] / Б. Є. Грабовецький. – К. : Центр навчальної літератури, 2003. – 188 с.
5. Гуляев С. Л. Оценка привлекательности стратегических зон хозяйствования для малых предприятий с учетом региональных условий / С. Л. Гуляев // Маркетинг в России и за рубежом. – 2007. – №4. С. 27 – 35.
6. Данько Т. П. Колличественные методы анализа в маркетинге /

Т. П. Данько, И. И. Скоробогатых. – СПб. : Питер, 2005. – 384 с.

1. Дашков Л. П. Организация, технология и проектирование торговых предприятий : [учебник для студ. высш. учеб. заведений] /

Л. П. Дашков, В. К. Памбухчиянц. − [5-е изд. перераб. и доп.]. − М. : Дашков и К., 2003. − 520 с.

1. Дзахмишева И. Ш. Методика оценки конкурентоспособности услуг в розничной торговой сети / И. Ш. Дзахмишева // Маркетинг в России и за рубежом. − 2004. − № 3. – С.93 – 107.
2. Добрянська В. В. Математичні моделі прийняття управлінських рішень у маркетингу. Методика комплексної (інтегральної) оцінки об’єктів маркетингу / В. В. Добрянська // Управленческие аспекты повышения национальной конкурентоспособности : междунар. науч.-практ. конф., (Сімферополь, 4-7 октября 2007 р.). – Сімферополь : Кримський інститут бізнесу, 2007. – С. 86 – 88.
3. Довбуш Р. А. Управління конкурентоспроможністю підприємств : [підручник] / Р. А. Довбуш, А. Л. Зозуля. – Х. : Основа, 2003. – 250 с.
4. Должанський І. З. Конкурентоспроможнісить підприємства : [навч. посібник] / І. З. Должанський, Т. О. Загорна. − К. : Центр навчальної літератури, 2006.− 384 с.
5. Дьячук И. Анализ применения современных маркетинговых технологий в продвижении товаров / И. Дьячук // Маркетинг и реклама. – 2006. – № 5. – С. 46 – 49.
6. Егоров Ю. И. Организация торговли / Ю. И. Егоров. − СПб. : Питер, 2004. − 352 с.
7. Економіка споживчої кооперації / за ред. В. С. Марцина. – К. : Либідь, 1996. – 400 с.
8. Жигалов В. Т. Социально – экономические проблемы эффективности торговли / В. Т. Жигалов. – К. : Основа, 1999. – 208 с.
9. Завадский Й. С. Менеджмент / Й. С. Завадский. – К. : УФІМБ, 1997 − . −

Т.1. − 1997. − 543 с.

1. Задихайло Д. В. Корпоративне управління : [навч. посібник]

/ Д. В. Задихайло, О. Р. Кібенко, Г. В. Назарова. – Х. : Еспада, 2003. – 688 с.

1. Задорожна Н. Поняття конкурентних переваг / Н. Задорожна // Підприємництво, господарство і право. – 2005.− № 1. – С.100 – 103.
2. Задоя А. О. Формування системи нових рнкових відносин /

А. О. Задоя, Ф. Є. Момот // Економіка України. – 2004. − № 5. – С.44 – 50.

1. Зозульов О. В. Методичні основи сегментації ринку : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.06.02 „Підприємництво, менеджмент та маркетинг” / О. В. Зозульов. – К., 2000. – 15 с.
2. Зозулев А. В. Поведение потребителей : [учеб. пособие] /

А. В. Зозулев. – К. : Знання, 2004. – 364 с.

1. Зозульов О. Проблеми і перспективи стратегічної стабільності підприємств / О. Зозульов // Маркетинг в Україні. – 2005. −№ 5. – С.54 – 57.
2. Зозульов О. В. Ринкове позиціонування : з чого починається створення успішних брендів / О. В. Зозульов, Н. Л. Писаренко. − К. : Знання – Прес, 2004.− 199 с.
3. Зуб А. Т. Стратегічний менеджмент : теорія и практика /

А. Т. Зуб. − М. : Аспект Пресс, 2004 .− 414 с.

1. Иванец В. М. Маркетинговая стратегия предприятий АПК /

В. М. Иванец. – Симферополь : Таврия, 1997. – 348 с.

1. Іванов Ю. В. Конкуренція як чинник розвитку товарів та послуг / Ю. В. Іванов // Регіональні перспективи. – 2003. − № 9 – 10. – С. 98 – 99.
2. Ілляшенко С. М. Управління інноваційним розвитком : [навч. посібник] / С. М. Ілляшенко. – Суми : Університетська книга, 2003. – 278 с.
3. Історія кооперативного руху / С. Г. Бабенко, В. Г. Галюк,

С. Д. Гелей та ін. ]. – Львів: Інститут українознавства НАНУ, 1995. – 410 с.

1. Історія споживчої кооперації України / М. В. Аліман,

С. Г. Бабенко, С. Д. Гелей, Я. А. Гончарук. – Львів : Інститут українознавства НАНУ, 1996. – 383 с.

1. Каплан Роберт С. Организация, ориентированная на стратегию : как в новой бизнес – среде преуспевают организации, применяющие сбалансированную систему показателей / Роберт С. Каплан,

Дейвид П. Нортон. – М. : Олимп – Бизнес, 2004. – 416 с.

1. Каплина О. Оценка конурентоспособности предприятия на основе процессного подхода / О. Каплина, Д. Зайченко // Маркетинг. – 2005.− № 4. – С. 24 – 38.
2. Карлоф Б. Деловая стратегия : [пер с англ.] / науч. ред.

В. А. Припсинов. – М. : Экономика, 1991. – 238 с.

1. Клейнер Г. Б. Предприятия в нестабильной среде : риски, стратегия, безопасность / Г. Б. Клейнер, В. Л. Тамбовцев, Р. М. Качалов. – М. : Экономика, 1997. – 216 с.
2. Кныш М. И. Конкурентные стратегии / М. И. Кныш. – СПб. : Любавич, 2000. – 284 с.
3. Ковтун О. І. Стратегія підприємства : [навч. посібник] /

О. І. Ковтун. − [2-е вид.]. – Львів : Новий Світ-2000, 2006. – 388 с.

1. Комерційна діяльність: [підручник] / [ В. В. Апопій,

С. Г. Бабенко, Я. А. Гончарук та ін.] ; під ред. В. В. Апопія. – [2-е вид.]. – К. : Знання, 2008. – 558 с.

1. Конкурентне законодавство України : [ юрид. зб.]. − К., 2002. − 296 с.
2. Конкуренция и управление рисками на предприятиях в условиях рынка / Т. Н. Цай, П. Г. Грабовый, Б. С. Маршада [и др.]. − М. : Алане, 1997. − 288 с.
3. Концепція молодіжної політики центральної спілки споживчих товариств України та профспілки працівників споживчої кооперації України // Вісті Центральної спілки споживчих товариств України. – 2007. – № 6. – С. 6.
4. Коротков А. Стратегические матрицы как объект и инструмент классификации / А. Коротков // Маркетинг. − 2004. − № 4. – С. 89 – 99.
5. Коротков Е. М. Концепция менеджмента : [учеб. пособие] /

Е. М. Коротков. – М. : ДсКА, 1998. – 304 с.

1. Корпоративна культура / під заг. ред. Г. Л. Хаєта. – К. : Центр навчальної літератури, 2003. – 403 с.
2. Костусєв О. Стан конкурентного середовища в Україні та основні напрями вдосконалення механізмів захисту конкуренції / О. Костусєв // Економіст. – 2005. − № 5.− С. 52 – 53.
3. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент / Ф. Котлер. – СПб. : Питер, 2000. – 752 с.
4. Котлер Ф. Основы маркетинга. Краткий курс / Ф. Котлер. – СПб. : Вильямс, 2004. – 656 с.
5. Краснокутська Н. С. Потенціал підприємства : формування та оцінка : [навч. посібник] / Н. С. Краснокутська.− К. : Центр навчальної літератури, 2005. – 352 с.
6. Круглов М. И. Стратегическое управление компанией /

М. И. Круглов. – М. : Русская деловая литература, 1998. – 768 с.

1. Куденко Н. В. Стратегічний маркетинг : [ навч. посібник] /

Н. В. Куденко. – К. : КНЕУ, 1998. – 152 с.

1. Кунц Г. Управление : системный анализ и ситуационный анализ управленческих функций : [ пер. с англ.] / Г. Кунц, С. О’Доннел. – М. : Прогресс, 1981 − . −

Т.1.− 1981. – 512 с.

1. Куроченко А. В. Оценка экономической эффективности деятельности предприятий и объединений / А. В. Куроченко. – К. : Техніка, 1982. – 192 с.
2. Куценко А. В. Організаційно-економічний механізм управління ефективністю діяльності підприємств споживчої кооперації України : [монографія] / А. В. Куценко. – Полтава : РВВ ПУСКУ, 2008. – 205 с.
3. Ламбен Ж.-Ж. Менеджмент ориентированный на рынок : стратегический и операционный маркетинг / Ж.-Ж. Ламбен ; пер. с фр. А. Павлов. − СПБ. : Питер, 2004. − 796 с.
4. Ламбен Ж.-Ж. Стратегический маркетинг / Ж.-Ж. Ламбен ; пер. с фр. В. Зайцев. – СПб. : Наука, 1996. – 345 с.
5. Лафта Дж. К. Эффективность менеджмента организации : [ учеб. пособие] / Дж. К. Лафта– М. : Русская деловая литература, 1999. – 320 с.
6. Лебедев О. Основы менеджмента / О. Лебедев, А. Каньковская. – СПб. : Питер, 1998. −171 с.
7. Лисевич В. В. Стратегічний моніторинг конкурентного середовища підприємства у системі стратегічного маркетингового управління конкурентоспроможнвстю / В. В. Лисевич // Вісник ДонДУЕТ. – 2003. − № 4. – С. 100 – 108.
8. Литвиненко А. Н. Конкурентоспособность предприятия /

А. Н. Литвиннко. − М. : Фолиум, 1999. − 161 с.

1. Лифиц И. М. Теория и практика оценки конкурентоспособности товаров и услуг / И. М. Лифиц. – М. : Юрайт-М, 2001. – 224 с.
2. Ліпич Л. Г. Прогнозування розвитку ринку товарів підприємства на засадах вивчення споживчої поведінки покупців: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня доктора екон. наук : спец. 08.06.02 „Підприємництво, менеджмент та маркетинг” / Л. Г. Ліпич. – Тернопіль, 2004. – 38 с.
3. Лошенюк І. Р. Конкуренція на споживчому ринку України та проблеми її розвитку : [монографія] / І. Р. Лошенюк ; Київський національний торговельно-економічний університет. – К. : КНТЕУ, 2006. – 312 с.
4. Мазаракі А. А. Економіка торговельного підприємства /

А. А. Мазаракі, Л. О. Лігоненко, М. М. Ушакова ; під ред. М. М. Ушакової. − К. : Хрещатик, 1999. − 797 с.

1. Мажинський Р. В. Управління маркетинговим потенціалом підприємства в умовах ринку : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.06.02 „Підприємництво, менеджмент та маркетинг” /

Р. В. Мажинський. – Донецьк, 2004. – 19 с.

131. Мазник Л. В. Регіональні особливості формування ринку товарів народного споживання України: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.10.01 „Розміщення продуктивних сил і регіональна економіка.” / Л. В. Мазник. – К., 2002. – 19 с.

132. Максим’юк Д. А. Дещо про конкурентоспроможність виробника : [навч. посібник] / Д. А. Максим’юк. – Х.: Основа, 2001. − 302 с.

1. Максим’юк Д. А. Методи оцінки конкурентоспроможності : [підручник] / Д. А. Максим’юк . – К. : Знання − Прес, 2001. − 252 с.
2. Маркіна І. А. Менеджмент підприємства : [опорний конспект лекцій] / І. А. Маркіна, Р. І. Біловол, В. П. Сторожук. – Полтава : РВВ ПУСКУ, 2003. − 147 с.
3. Маркіна І. А. Методологія сучасного управління : [монографія] / І. А. Маркіна. – К. : Вища школа, 2001.− 311 с.
4. Маркіна І. А. Особливості галузевого управління споживчою кооперацією України в ринкових умовах господарювання / І. А. Маркіна. – Полтава : Укоопспілка. ПКІ, 2000. – 23 с.
5. Маркіна І. А. Особливості функціонального управління споживчою кооперацією України в ринкових умовах господарювання /

І. А. Маркіна. – Полтава : Укоопспілка. ПКІ, 2000. – 23 с.

1. Маркіна І. А. Передумови та тенденції розвитку ринкової системи управління споживчою кооперацією України / І. А. Маркіна. – Полтава : Укоопспілка. ПКІ, 2000. – 15 с.
2. Маркіна І. А. Управління споживчою кооперацією як соціально-економічною системою / І. А. Маркіна // Вісті Центральної спілки споживчих товариств України. Діловий випуск. – 2007. – № 21. – 24 с.
3. Маркіна І. А. Формування ефективної концепції управління споживчою кооперацією України як соціально-економічної системи /

І. А. Маркіна // Науковий вісник ПУСКУ. – 2005. – № 1. – С. 78 – 86.− (Економічні науки).

1. Марцин В. С. Проблемы функционирования потребительской кооперации и пути стабилизации хозяйственной деятельности / В. С. Марцин // Экономика Украины. – 2003. – № 4. – С. 24 – 28.
2. Матеріали XIX з’їзду споживчої кооперації України. – К. : Редакція газети «Вісті Центральної спілки споживчих товариств України», 2004. – 193 с.
3. Мерзликина Г. С. Оценка экономической состоятельности предприятия / Г. С. Мерзликина, Л. С. Шаховская. – СПб. : Санкт-Петербургский госуд. ун-т, 1996. – 160 с.
4. Механизм управления предприятием : стратегический аспект /

В. С. Пономаренко, Е. Н. Ястремская, В. М. Луцковский [и др.]. – Харьков : ХГЭУ, 2002. – 252 с.

1. Минцберг Г. Стратегический процесс : концепции, проблемы, решения / Г. Минцберг, Дж. Б. Куинн, С. Гошал. − С.Пб. : Питер, 2001. − 684 c.
2. Мізюк Б. М. Системне управління / Б. М. Мізюк. − Львів : ЛКА, 2004. − 2004. − 388 с.
3. Мухин В. И. Основы теории управления : [учебник] /

В. И. Мухин. – М. : Экзамен, 2003. – 256 с.

1. Місюкевич В. Споживча кооперація України: проблеми сучасного розвитку / В. Місюкевич ; [заг. ред. С. Д. Гелея]. – Львів : Коопосвіта, 1999 − . −

Кн. 1: Ринкова орієнтація споживчої кооперації України. − 1999.− 365 с.

1. Нареш Малхотра Маркетинговые исследования и эффективный анализ статистических данных / Малхотра Нареш. – К. : ТИД ДС, 2002. – 768 с.
2. Нищев С. К. Комплексний анализ конкуренции в отечественных отраслях / С. К. Нищев // Маркетинг в России и за рубежом. – 2004. − № 2.− С. 119 – 129.
3. Нємцов В. Д. Стратегічний менеджмент : [навч. посібник] /

В. Д. Нємцов. – К. : УВПКЕксОБ, 2001. – 560 с.

1. О’Шонесси Дж. Конкурентный маркетинг: стратегический подход / Дж. О’Шонесси ; пер. с англ. Д. Ямпольского. – СПб. : Питер, 2002. – 864 с.
2. Окландер М. А. Проблеми формування маркетингової системи країни / М. А. Окландер. – К. : Наукова думка, 2002. – 168 с.
3. Окландер М. А. Споживча кооперація: маркетингові моделі та технології : [монографія] / М. А. Окландер, О. П. Чукурна ; Одеський нац. ун-т. – Одеса : Астропринт, 2005. – 232 с.
4. Організація торгівлі: [підручник] / [В. В. Апопій, І. П. Міщук,

В. М Ребицький та ін.] ; під ред. В. В. Апопія. – [ 2-е вид.]. – К. : Центр учбової літератури, 2008. – 632 с.

1. Основи комерційної діяльності : [навч. посібник] / Б. З. Воробйов, Е. М. Локтєв, Ю. І. Плетень [та ін.]. − К. : Вид- во Європ. Ун-ту, 2004.− 388 с.
2. Основи кооперації : [навч. посібник] / С. Г. Бабенко, С. Д. Гелей, Я. А. Гончарук [та ін.]. – К. : Знання, 2004. – 407 с.
3. Основні показники господарсько-фінансової діяльності підприємств Укоопспілки за 2003 рік. – К. : Центральна спілка споживчих товариств України, УКООПСПІЛКА, 2004. – 110 с.
4. Основні показники господарсько-фінансової діяльності підприємств Укоопспілки за 2004 рік. – К. : Центральна спілка споживчих товариств України, УКООПСПІЛКА, 2005. – 114 с.
5. Основні показники господарсько-фінансової діяльності підприємств Укоопспілки за 2005 рік. – К. : Центральна спілка споживчих товариств України, УКООПСПІЛКА, 2006. – 148 с.
6. Основні показники господарсько-фінансової діяльності підприємств Укоопспілки за 2006 рік. – К. : Центральна спілка споживчих товариств України, УКООПСПІЛКА, 2007. – 117 с.
7. Основні показники господарсько-фінансової діяльності підприємств Укоопспілки за 2007 рік. – К. : Центральна спілка споживчих товариств України, УКООПСПІЛКА, 2008. – 117 с.
8. Павленко А. Ф. Маркетинг : [підручник] / А. Ф. Павленко,

А. В. Войчак. – К. : КНЕУ, 2003. − 246 с.

1. Павлов К. В. Интенсификация производства как фактор повышения конкурентоспособности продукции / К. В. Павлов // Вісник економічної науки України. − 2004.− № 2. – С .123 – 129.
2. Павлова В. А. Конкурентоспроможність підприємства: оцінка та стратегія забезпечення : [монографія] / В.А. Павлова ; Дніпропетровський університет економіки та права. – Дніпропетровськ : Вид-во ДУЕП, 2006. – 276 с.
3. Пастернак – Таранушенко Г. Конкуренція : [курс лекцій і практичних занять] / Г. Пастернак – Таранушенко, В. Рожок. − К. : Центр навч. літ-ри, 2002. − 322 с.
4. Пастухова В. В. Стратегічне управління підприємством : філософія, політика, ефективність / В. В. Пастухова. − К. : Центр навч. літ-ри, 2002. − 302 с.
5. Петраков Н. Я. Кибернетические проблемы управления экономикой / Н. Я. Петраков. – М. : Наука, 1974. – 160 с.
6. Піддубник І. О. Управління конкурентоспроможністю підприємства : [навч. посібник] / І. О. Піддубник, А. І. Піддубна. − Харьков : ІНЖЕК, 2004.− 264 с.
7. Пономаренко В. С. Стратегическое управление предприятием /

В. С. Пономаренко. – Харьков : Основа, 1999. – 620 с.

1. Пономаренко В. С. Стратегія розвитку підприємства в умовах кризи / В. С. Пономаренко, О. М. Тридід, М. О. Кизим. – Харьков : ІНЖЕК, 2003. – 328 с.
2. Попов Е. В. Рыночный потенциал предприятия / Е. В. Попов. – М. : Экономика, 2002. – 560 с.
3. Попова Е. Б. Конкуренция. Психология победы в бизнесе и в жизни / Е. Б. Попова.− СПб. : Питер, 2002. – 256 с.
4. Портер М. Конкуренция / М. Портер. – М. : Издательский дом «Вильямс», 2003. – 496 с.
5. Портер М. Стратегія конкуренції / М. Портер. – К. : Основи, 1998. – 390 с.
6. Портер М. Стратегія конкуренції: Методика аналізу галузей і діяльності конкурентів / М. Портер ; пер. з англ. А. Олійник, Р. Сільський. – К. : Основи, 1997. – 390 с.
7. Постанова четвертих зборів ради Укоопспілки дев’ятнадцятого скликання про господарсько-фінансову діяльність споживчої кооперації у 2006 році та завдання щодо підвищення ефективності господарювання кооперативних організацій і підприємств // Вісті центральної спілки споживчих товариств України. – 2007. – № 5. – С. 10 – 11.
8. Право власності в споживчій кооперації Україн / за ред.

В. І. Семчика. – К. : Інститут держави і права НАН України, 1996. – 203 с.

1. Про заходи щодо розвитку кооперативного руху та посилення його ролі в реформуванні економіки України на ринкових засадах : указ Президента України від 19 груд. 2000 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу :

http: // www. rada.gov.ua.

1. Про кооперацію : закон України від 10 лип. 2003 р. / Україна. Верховна Рада .− Ірпінь, НМЦ Укоопосвіта, 2003. – 24 с.
2. Про споживчу кооперацію України : закон України від 10 квіт. 1992 р. / Україна. Верховна Рада. – К. : Укоопспілка, 1998. −24 с.
3. П’ятницька Г. Нові підходи до формування стратегії підприємства в умовах конкуренції / Г. П’ятницька // Підприємництво, господарство і право. – 2004.− № 11. – С. 136 – 140.
4. Райс Э. Маркетиговые войны / Э. Райс, Дж. Траут .− СПб. : Питер, 2000. – 256 с. – (Теория и практика менеджмента).
5. Райс Э. Позиционирование : битва за узнаваемость : [пер. с англ.] / Э. Райс, Дж. Траут ; под ред. Ю. Н. Каптуревского. – СПБ. : Питер, 2001.− 256 с. – (Деловой бестселер).
6. Романов А. П. Оценка коммерческой деятельности предпринимательства : опыт зарубежных корпораций / А. П. Романов. – М. : Финансы и статистика, 1993. – 384 с.
7. Рубин Ю. Б. Теория и практика предпринимательской конкуренции : [учебник] / Ю. Б. Рубин. – [4-е изд., перераб. и доп.]. – М. : Маркет ДС Корпорейшн, 2004. – 782 с.
8. Савченко С. М. Конкурентоспроможність підприємств /

С. М. Савченко // Науковий потенціал світу 2004 : матеріали I міжнар. наук. – практ. конф. – Дніпропетровськ : Наука і освіта, 2004 − Т. 21: Економіка підприємства. – 2004. – С. 49 – 52.

1. Савчук А. В. Системный подход к анализу конкурентоспособности предприятия / А. В. Савчук // Економіст. – 2001. − № 12. – С. 58 – 61.
2. Садеков А. А. Экономика торгового предприятия : [учеб. пособие] /А. А. Садеков, А. Н. Полонский. – Макеевка : Граффити, 1998. −138 с.
3. Світова організація торгівлі : перспективи та виклики для України [Електронний ресурс]. – Режим доступу :

http: // [www.ier.kiev.ua/](http://www.ier.kiev.ua/) Ukaine/WP/2005/wp2005\_ukr.cgi.

1. Смерічевська С. В. Дослідження маркетингового середовища торговельних підприємств : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.06.02 „Підприємництво, менеджмент та маркетинг” /

С. В. Смерічевська. – Донецьк, 1998. – 17 с.

1. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов : в 2 т. / А. Смит. – М. : Прогресс, 1935 − . −

Т.1.− 1935.− 456 с.

Т.2. – 1936. – 367 с.

1. Смолін І. В. Моделі стратегічного управління та умови їх застосування / І. В. Смолін // Статистика України. – 2003. − № 4.− С. 52 – 55.
2. Смолін І. В. Стратегічне планування розвитку організації /

І. В. Смолін. – К. : КНТЕУ, 2004. – 344 с.

1. Солнцев С. О. Моделі у стратегічному плануванні / С. О. Солнцев // Маркетинг в Україні. − 2002. − № 6. – С. 34 – 36.
2. Социально – экономическая эффективность торговли : критерии и показатели / под ред. Н. Н. Ушаковой, А. Б. Белой. – К. : Вища школа, 1982. – 40 с.
3. Споживча кооперація України : історичні та соціально – економічні аспекти : зб. наукових статей. – К. : Редакція газети «Вісті Укоопспілки», 1996. – 192 с.
4. Стадник В. В. Менеджмент : [ навч. посібник ] / В. В. Стадник, М. А. Йохна. – К. : Академвидав, 2003. – 464 с.
5. Сторожук В. П. Управління підприємствами та організаціями споживчої кооперації на засадах функціонального підходу: [монографія] /

В. П. Сторожук ; Полтавський університет споживчої кооперації України. – Полтава : РВВ ПУСКУ, 2008. – 155 с.

1. Стратегія розвитку споживчої кооперації України (2004-2015 рр.). – К. : Центральна спілка споживчих товариств України, 2004. – 62 с.
2. Страхова О. П. О методах организации управления /

О. П. Страхова // Менеджмент в России и за рубежом. − 1998. − № 5. – С. 23 – 28.

1. Суперсон В. І. Моніторинг конкурентоздатності України у сфері регіональної політики / В. І. Суперсон // Економіка, фінанси, право. − 2002.− № 11. – С. 10 – 18.
2. Томпсон А. А. Стратегический менеджмент : искусство разработки и реализации стратегии : [ учебн. для вузов ] / А. А. Томпсон ; пер. с англ. Л. Зайцева. – М. : Банки и биржи, ЮНИТИ, 1998. – 578 с.
3. Траут Дж. Новое позиционирование / Дж. Траут. – СПб. : Питер, 2000. – 192 с. – (Теория и практика менеджмента).
4. Тридід О. М. Стратегія розвитку підприємства в умовах кризи : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня доктора екон. наук : спец. 08.06.01 ”Економіка, організація і управління підприємствами” / О. М. Тридід. – Донецьк, 2003. – 32 с.
5. Туган-Барановский М. И. Социальные основы кооперации /

М. И. Туган-Барановский. − М. : Экономика, 1989. – 495 с.

1. Фасхиев Х. А. Как изменить конурентоспособность предприятия / Х. А. Фасхиев, Е. В. Попова // Маркетинг в России и за рубежом. − 2003. − № 4.− С. 53 – 68.
2. Фатхутдинов Р. А. Стратегический менежмент /

Р. А. Фатхутдинов. − [5-е изд., испр. и доп.]. − М. : Дело, 2002. − 447 с.

1. Фатхутдинов Р. А. Управление конкурентоспособностью организации : [учеб. пособие] / Р. А. Фатхутдинов. – М. : Эксмо, 2004. −

544 с.

1. Хміль Ф. І. Основи менеджменту : [ навч. посібник] / Ф. І. Хміль. – К. : Академвидав, 2003. – 608 с.
2. Хозяйственный механизм предприятия : концепция, методы, практика / под ред. Э. С. Минаева, А. Р. Винес, Л. Р. Забродина. – М. : МАИ, 1991. – 208 с.
3. Царев В. В. Внутрифирменное планирование / В. В. Царев. – СПб. : Питер, 2002. – 493 с.
4. Цисарь И. Ф. Компьютерное моделирование экономики /

И. Ф. Цисарь, В. Г. Нейман. – М. : Диалог МИФИ, 2002. − 304 с.

1. Чемберлин Е. Теория монополистической конкуренции /

Е. Чемберлин. – М. : Экономика, 1996. – 351 с.

1. Чернега О. Б. Управление конкурентоспособностью в условиях трансформации экономических отношений / О. Б. Чернега. – Донец : ИЭП НАН Украины, 1999. – 448 с.
2. Чернышева Г. Н. Методические подходы оценки и анализа потенциала предприятия / Г. Н. Чернышева, Е. В. Лавренкова // Маркетинг в России и за рубежом. − 2006. − №2. С. 34 − 39.
3. Чукурна О. П. Актуальність використання стратегічного маркетингу на підприємствах споживчої кооперації в умовах трансформації / О. П. Чукурна // Економіка: проблеми теорії та практики: [зб. наук. праць]. – Дніпропетровськ: ДНУ, 2004. – Т. 4, вип. 188. – С. 1088 – 1100.
4. Чукурна О. П. Маркетингова стратегія підприємств споживчої кооперації / О. П. Чукурна // Вісник соціально-економічних досліджень. – 2004. – № 16. – С. 318 – 325.
5. Шегда А. В. Менеджмент : [навч. посібник] / А. В. Шегда. – К. : Знання, 2002. – 583 с.
6. Шеремет А. Д. Теория экономического анализа / А. Д. Шеремет. – М. : ИНФРА – М, 2002.− 331 с.
7. Шканова О. М. Маркетингова товарна політика : [навч. посібник] / О. М. Шканова. – К. : МАУП, 2003. − 160 с.
8. Шкардун В. Интегральная оценка конкурентоспособности предприятия / В. Шкардун // Маркетинг. – 2005. − № 1. – С. 38 – 50.
9. Шнипко О. С. Конкуренція як специфічна форма конфлікту і співіснування суб’єктів ринку / О. С. Шнипко // Вісник ДонДУЕТ. − 2003. − № 4. – С. 226 – 231.
10. Шнипко О. С. Національна конкурентоспроможність : сутність, проблеми, механізми реалізації / О. С. Шнипко. – К. : Наукова думка, 2003. – 334 с.
11. Шурпета Р. О. Основи конкурентоспроможності : [ навч. посібник] / Р. О. Шурпета. − К. : Либідь, 2001. − 308 с.
12. Юданов А. Ю. Конкуренция: теория и практика : [учеб. пособие] / А. Ю. Юданов.− [ 2-е изд., с испр. и доп.]. − М. : Ассоциация авторов и издателей “Тандем”; ГНОМ-ПРЕСС, 2003.− 457 с.
13. Ansoff I. H. Implanting Strategies Managemnt / I. H. Ansoff. – New York : Prentice Hall International, 1984. – 818 p.
14. Certo Samuel C. Strategic Management / Samuel C. Certo. – Burr Ridge : IRWIN, 1993. − 823 p.
15. Drucher P. F. Managing in Turbulent Times / P. F. Drucher. – Pan., 1980. − 312 p.
16. Fundamentals of Management / James H. Donnelly, James L. Gibson, John M. Ivancevich. – [8 edition]. – Homewood : Irwin, 1992. − 840 p.
17. Hamel G. Competing for Future / G. Hamel, C. K. Prahalad. – Boston : Harvard Business School Press, 1994. – 456 p.
18. Porter Michael E. Competitive Advantage : Creating and Sustaining Superior Performance / Michael E. Porter. – New York : Free Press, 1980. – 567 p.
19. Porter M. Competitive Strategy : Techniques for Analyzing Industries and Competitors. − New York : Free Press, 1980. – 673 p.
20. Stanton William J. Fundamentals of marketing / William J. Stanton. – McGraw-Hill, 1991. – 668 p.