**Тупчій Юрій Іванович. Оцінка конкурентоспроможності підприємств роздрібної торгівлі : дис... канд. екон. наук: 08.07.05 / Харківський держ. ун-т харчування та торгівлі. - Х., 2006**

|  |  |
| --- | --- |
|

|  |
| --- |
| Тупчій Ю.І. Оцінка конкурентоспроможності підприємств роздрібної торгівлі. – Рукопис.Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук за спеціальністю 08.07.05 – економіка торгівлі та послуг, Харківський державний університет харчування та торгівлі, Харків, 2006.Дисертація присвячена дослідженню теоретичних основ та розробці методичного інструментарію оцінки конкурентоспроможності підприємств роздрібної торгівлі.У дисертаційній роботі розкрито економічну сутність конкуренції та конкурентоспроможності підприємства з визначенням їх особливостей в торговельній галузі, систематизовано та надано змістовну характеристику методичних підходів до оцінки конкурентоспроможності підприємства.Визначено критерії та обґрунтовано систему показників для оцінки конкурентоспроможності підприємств роздрібної торгівлі. Розроблено методики комплексної оцінки якості торговельної діяльності та інтегральної оцінки ефективності функціонування підприємств торгівлі як складових оцінки їх конкурентоспроможності.Запропоновано методику інтегральної оцінки конкурентоспроможності роздрібних торговельних підприємств. Обґрунтовано структурно-логічну схему процесу формування конкурентної стратегії підприємства галузі. |

 |
|

|  |
| --- |
| У дисертаційній роботі наведено теоретичне узагальнення та нове вирішення наукового завдання, що виявляється в розробці науково-методичних та практичних підходів до оцінки конкурентоспроможності підприємств роздрібної торгівлі. Основні наукові та практичні результати проведеного дисертаційного дослідження полягають у наступному.1. Аналіз та узагальнення теорій конкуренції свідчить про розбіжності між ними щодо виявлення змісту і характеристик даного явища. На основі визначення сутнісних характеристик конкуренцію визначено як економічне явище, що проявляється як специфічна форма суперництва господарюючих суб’єктів на ринку на основі управління власними конкурентними перевагами для досягнення певних цілей у боротьбі з конкурентами.2. Конкуренція в торгівлі має специфіку, їй притаманні певні особливості, пов’язані з функціями та роллю торгівлі в системі галузей народного господарства; місцем розташування торговельного підприємства; розміром ринку, на якому функціонує підприємство та на який орієнтовано його діяльність; набуттям торгівлею ознак сфери послуг, де конкурентна боротьба за споживача характеризується найбільшою гостротою. Спираючись на визначені особливості, систематизовано та надано характеристику видів конкуренції в торгівлі за ознаками, які є найважливішими для визначення рівня конкуренції на споживчому ринку та конкурентної позиції окремого підприємства на ньому.3. На основі узагальнення вітчизняного та зарубіжного досвіду, уточнено економічну сутність поняття “конкурентоспроможність підприємства”, яка являє собою комплексну відносну характеристику підприємства чітко визначену у часі, що проявляється у процесі господарсько-фінансової діяльності і дозволяє підприємству за рахунок використання своїх унікальних властивостей (сильних сторін), зберігати або покращувати свої позиції за умов мінливого ринку, порівняно з конкурентами. Виокремлено внутрішні фактори, що впливають на рівень конкурентоспроможності підприємств роздрібної торгівлі, зумовлюють його конкурентну позицію та формують основу для розробки стратегії подальшого розвитку.4. За сучасних умов оцінка конкурентоспроможності є важливим аспектом управління підприємством. У результаті дослідження та критичного огляду існуючого методичного забезпечення оцінки конкурентоспроможності підприємства систематизовано класифікацію методів оцінки, обґрунтовано необхідність відокремлення методологічної та методичних класифікаційних ознак, аргументовано доцільність розробки та удосконалення методичного інструментарію оцінки конкурентоспроможності з урахуванням галузевої специфіки підприємств роздрібної торгівлі.5. На основі застосування багатокритеріального підходу до оцінки конкурентоспроможності та враховуючи специфіку функціонування, роль та місце торгівлі у відтворювальному процесі, обґрунтовано критерії оцінки, серед яких: конкурентоспроможність товарів, що реалізуються; раціональність асортименту пропонованих товарів; культура обслуговування; умови обслуговування, зовнішня та внутрішня ефективність функціонування підприємства. Визначені критерії покладено в основу запропонованої системи показників оцінки конкурентоспроможності підприємств роздрібної торгівлі, застосування якої дозволяє одержати реальну оцінку конкурентних переваг певного підприємства на відповідному ринку.6. З метою досягнення однозначності в трактуванні результатів оцінки конкурентоспроможності підприємств торгівлі запропоновано методичні підходи до комплексної оцінки якості торговельної діяльності та ефективності функціонування, застосування яких дає змогу порівняти підприємства торгівлі однієї конкурентної групи за обраними критеріями, визначити сильні та слабкі сторони в забезпеченні якості процесу обслуговування покупців та ефективності реалізації економічного потенціалу підприємства. Результати проведеної оцінки свідчать про суттєвий вплив на прийняття рішення щодо рівня конкурентоспроможності підприємства вибору методичного забезпечення та необхідність врахування специфіки торговельної галузі.7. З позицій системного підходу та ґрунтуючись на використанні методу аналізу ієрархій, розроблено методику інтегральної оцінки конкурентоспроможності підприємств роздрібної торгівлі, що відрізняється від існуючих набором визначених критеріїв конкурентоспроможності та обґрунтованим встановленням їх значущості. Практичне використання запропонованої методики дозволяє отримати цілісне уявлення про рівень конкурентоспроможності досліджуваних суб’єктів підприємницької діяльності та встановити рейтингові позиції кожного з них в конкурентній групі.8. Спираючись на концептуальні підходи до розробки стратегій та враховуючи особливості функціонування підприємств торгівлі, розроблено структурно-логічну схему процесу формування конкурентної стратегії підприємств роздрібної торгівлі, застосування якої надає можливість визначати цільові орієнтири та концепцію подальшої діяльності торговельного підприємства (виходячи з досягнутого рівня конкурентоспроможності та рівня конкуренції на ринку), за необхідності розробки нових або коригування існуючих функціональних стратегій, внесення змін у механізм реалізації стратегії з урахуванням контролю й оцінки результатів її реалізації. |

 |