

УДК 334(075.8)
ББК 65.290.2я73
П18

Рецензенты:

А.А. Литвинюк, заведующий кафедрой управления персоналом Российского государственного торгово-экономического университета, д-р экон. наук, проф.,
О.А. Третьяк, заведующий кафедрой маркетинга Государственного университета НИУ «Высшая школа экономики», д-р экон. наук, проф.

Парамонова Т.Н.

П18 Конкурентоспособность предприятия розничной торговли : учебное пособие / Т.Н. Парамонова, И.Н. Красюк. — М. : КНОРУС, 2013. — 120 с.

ISBN 978-5-406-02855-1

Рассмотрены основные подходы к формированию конкурентоспособности предприятий розничной торговли, действующих в условиях российского рынка. Приводятся практические примеры использования маркетингового инструментария для повышения конкурентоспособности предприятий данной сферы.

Для студентов, аспирантов и преподавателей экономических вузов, а также маркетологов, менеджеров, экономистов, интересующихся вопросами повышения конкурентоспособности розничного торгового предприятия.

УДК 334(075.8)
ББК 65.290.2я73

Парамонова Татьяна Николаевна
Красюк Ирина Николаевна

**КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ
РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ**

Сертификат соответствия № РОСС RU. АЕ51. Н 16208 от 04.06.2012.

Изд. № 5987. Формат 60×90/16.

Гарнитура «BalticaС». Печать офсетная.

Усл. печ. л. 7,5. Уч.-изд. л. 4,8. Тираж 500 экз. Заказ № 7322.

ООО «КноРус».

127015, Москва, ул. Новодмитровская, д. 5а, стр. 1.

Тел.: (495) 741-46-28.

E-mail: office@knorus.ru <http://www.knorus.ru>

Отпечатано в полном соответствии с качеством
предоставленных диапозитивов

в ГУП «Брянское областное полиграфическое объединение».

241019, г. Брянск, пр-т Ст. Димитрова, 40.

ISBN 978-5-406-02855-1

© Парамонова Т.Н., Красюк И.Н., 2013
© ООО «КноРус», 2013

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	4
ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ	
1.1. Основные понятия	6
1.2. Классификация торговых предприятий по виду передачи товара	8
1.2.1. Стационарные торговые предприятия: виды и типы	9
1.2.2. Виды полустационарной розничной торговли	13
1.2.3. Форма торгового обслуживания	14
Вопросы и ситуации	30
ГЛАВА 2. КОНКУРЕНЦИЯ НА РЫНКЕ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ	
2.1. Типы конкуренции	32
2.2. Оценка конкуренции	40
2.3. Конкурентные преимущества предприятия розничной торговли	45
2.4. Базовые стратегии завоевания торговыми предприятиями конкурентных преимуществ	50
Вопросы и ситуации	54
Миникейс. Оценка конкурентоспособности торговой сети «Дакор»	55
ГЛАВА 3. ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ	
3.1. Имидж как элемент повышения конкурентоспособности	62
3.2. Собственная марка торгового предприятия как элемент его конкурентоспособности	66
3.3. Разработка конкурентоспособного торгового ассортимента	82
3.3.1. Основные характеристики	82
3.3.2. Процесс формирования ассортимента	86
Вопросы и ситуации	100
Расчет экономической эффективности от введения товаров под собственной торговой маркой	101
Миникейс. Особенности работы с сегментами потребителей	102
Кейс. Открываем фирменный магазин	103
СЛОВАРЬ	112
ЛИТЕРАТУРА	119