



Міністерство освіти і науки України
Тернопільський національний технічний
університет імені Івана Пулюя

Кафедра менеджменту
інноваційної діяльності та підприємництва

МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ

*до самостійної роботи
з курсу*

«Управління конкурентоспроможністю»

для студентів усіх форм навчання

Тернопіль – 2016

Стойко І.І. Методичні вказівки до самостійної роботи з курсу «Управління конкурентоспроможністю» для студентів усіх форм навчання – Тернопіль: ТНТУ імені Івана Пулюя, 2016. – 33 с.

Укладач: Стойко І.І.

Рецензенти: д.е.н., проф. Андрушків Б.М.
к.е.н., доц.. Владимир О.М.

Розглянуто та схвалено на засіданні кафедри менеджменту інноваційної діяльності та підприємництва ТНТУ імені Івана Пулюя. Протокол №19 від 01 червня 2016 року.

Затверджено і рекомендовано до друку науково-методичною радою факультету економіки та підприємництва ТНТУ імені Івана Пулюя. Протокол №2 від 14 червня 2016 року.

Складено з урахуванням навчальних планів підготовки магістрів спеціальності «Менеджмент інноваційної діяльності», «Управління інноваційною діяльністю» спеціалістів спеціалізації «Менеджмент підприємницької діяльності» та робочих програм вивчення курсу.

1. КОРОТКИЙ ОПИС ДИСЦИПЛІНИ

а) Мета вивчення

Метою вивчення дисципліни “Управління конкурентоспроможністю” – є оволодіння сучасними теоретичними основами та практичними навиками в ефективному управлінні конкурентоспроможністю фірми.

У результаті вивчення дисципліни студенти повинні

знати:

- теоретико-методологічні засади управління конкурентоспроможністю як механізму ефективного управління підприємством;
- сучасний погляд на ринкову конкуренцію;
- світовий досвід аналізу конкурентних переваг і конкурентоспроможності фірми;
- державне регулювання конкуренції в Україні;
- аналіз конкурентів і конкурентної стратегії підприємства (фірми);
- наукові підходи до управління конкурентоспроможністю;
- методики аналізу і оцінки конкурентоспроможності різних об’єктів;
- основи розробки конкурентоспроможних управлінських рішень;
- фактори співставлення альтернативних рішень.

вміти:

- на основі використання загальнонаукових і спеціальних методів розчленувати систему управління конкурентоспроможністю на окремі підсистеми з метою виявлення проблем і пошуку шляхів підвищення ефективності її функціонування;
- розробляти набір конкретних інструментів управління конкурентоспроможністю з урахуванням їх особливостей, ситуативних характеристик внутрішнього та зовнішнього середовища організації;
- аналізувати конкурентів і конкурентної стратегії підприємства (фірми) з урахуванням факторів успіху в конкурентній боротьбі;
- оцінювати конкурентоспроможність різних об’єктів;
- враховувати фактори співставлення альтернативних рішень.

б) Анотація дисципліни

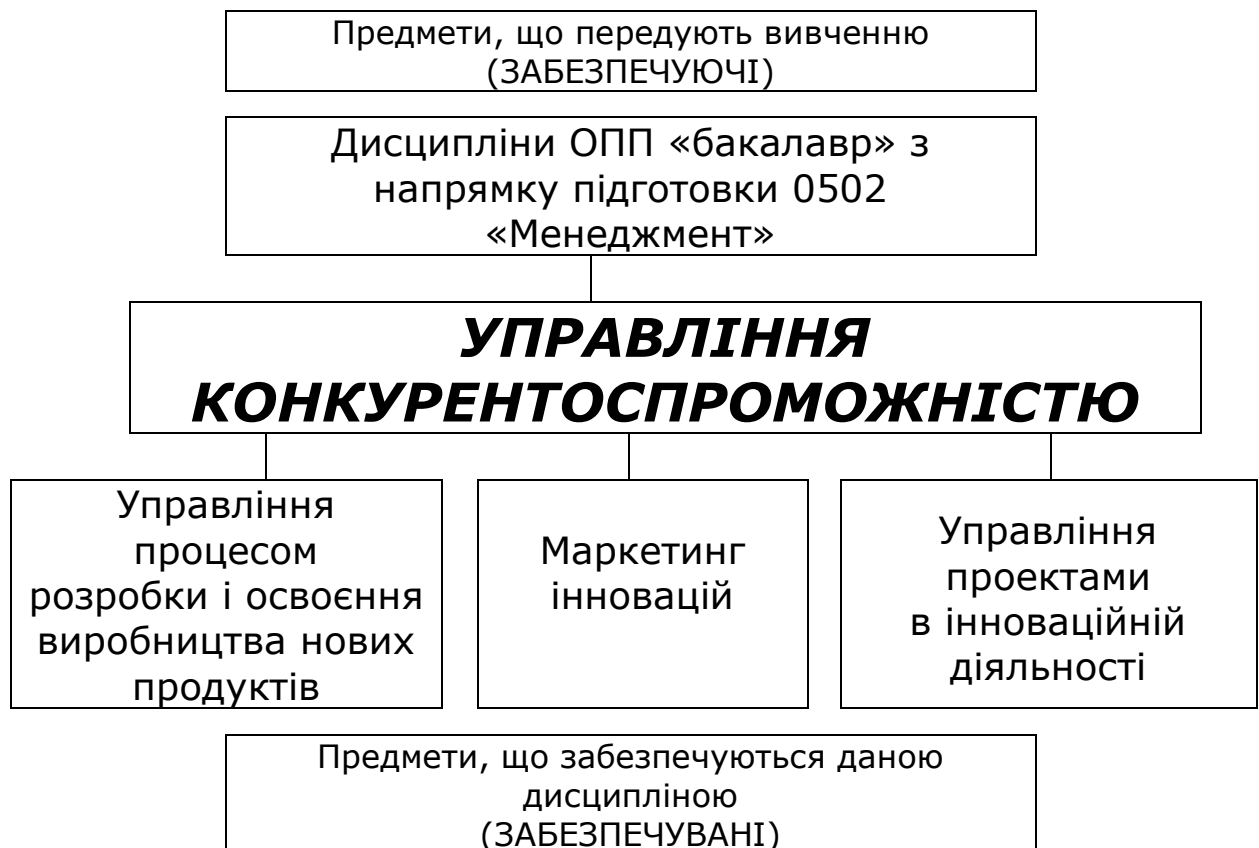
Мета: формування знань та умінь для ефективного управління конкурентоспроможністю підприємства, сучасного розуміння можливостей досягнення конкурентоспроможності організації.

Предмет: процес управління конкурентоспроможністю організації.

Змістовні модулі: Конкурентоспроможність і шляхи її досягнення. Сучасний погляд на конкуренцію. Фірма та її місце на ринку. Конкурентні переваги і конкурентоспроможність. Основні економічні закони функціонування ринкових відносин. Поле стратегій фірм великого виробництва, вузької спеціалізації, місцевого масштабу, фірм із радикальними нововведеннями (віолентна, патієнтна, комутантна, експлерентна стратегії). Світовий досвід аналізу конкурентних переваг і конкурентоспроможності. Диференціація ринкових стратегій компаній. Державне регулювання конкуренції в Україні.

Світовий досвід аналізу конкурентних переваг і конкурентоспроможності. Методичні основи розробки конкурентоспроможних управлінських рішень, вимоги до їх якості й ефективності, Співставність альтернативних варіантів управлінських рішень: фактор часу, фактор масштабу виробництва, фактор методу отримання інформації, фактор умов застосування товару, фактор упровадження виробництва, фактор інфляції. Наукові підходи до управління конкурентоспроможністю, методики аналізу й оцінювання конкурентоспроможності товарів і послуг, персоналу, організації.

с) Структурно-логічна схема дисципліни



2. СТРУКТУРА ЗАЛІКОВОГО КРЕДИТУ

а) денної форми навчання

№ з/п	Змістовні модулі	Назви теми	Кількість годин, відведених на:			
			лекційні заняття	практичні заняття	СРС	Усього
МОДУЛЬ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ КОНКУРЕНЦІЇ. КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ І ШЛЯХИ ЇЇ ДОСЯГНЕННЯ						
1	ЗМ1	Тема 1. Теоретичні основи конкуренції. Тема 2. Сутність, витоки і види монополізму. Тема 3. Ринок і ринкова конкуренція. Тема 4. Фірма та її місце на ринку.	2	2	6	10
2	ЗМ2	Тема 5. Суть основних економічних законів функціонування ринкових відносин. Тема 6. Конкурентні переваги і конкурентоспроможність. Тема 7. Світовий досвід аналізу конкурентних переваг і конкурентоспроможності фірми. Тема 8. Державне регулювання конкуренції в Україні.	4	4	6	14
УСЬОГО:			6	6	12	24
Форма модульного контролю – <i>тестування</i>						
МОДУЛЬ 2. МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ РОЗРОБКИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНИХ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ						
3	ЗМ1	Тема 9. Аналіз конкурентів і конкурентної стратегії підприємства (фірми). Фактори успіху в конкурентній боротьбі.	2	2	6	10
4	ЗМ2	Тема 10. Наукові підходи до управління конкурентоспроможністю. Методика аналізу і оцінки конкурентоспроможності організації.	2	2	6	10
5	ЗМ3	Тема 11. Методичні основи розробки конкурентоспроможних управлінських рішень. Фактори співставлення альтернативних рішень.	2	2	6	10
УСЬОГО:			6	6	18	30
Форма модульного контролю – <i>тестування, індивідуальна робота</i>						
УСЬОГО:			12	12	30	54
Форма підсумкового контролю - <i>залік</i>						

б) заочної форми навчання

№ з/п	Змістовн і модулі	Назви теми	Кількість годин			
			лекційні заняття	практичні заняття	СРС	Усього
МОДУЛЬ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ КОНКУРЕНЦІЇ. КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ І ШЛЯХИ ЇЇ ДОСЯГНЕННЯ						
1	ЗМ1	Тема 1. Теоретичні основи конкуренції. Тема 2. Сутність, витоки і види монополізму. Тема 3. Ринок і ринкова конкуренція. Тема 4. Фірма та її місце на ринку.	1	-	9	10
2	ЗМ2	Тема 5. Суть основних економічних законів функціонування ринкових відносин. Тема 6. Конкурентні переваги і конкурентоспроможність. Тема 7. Світовий досвід аналізу конкурентних переваг і конкурентоспроможності фірми. Тема 8. Державне регулювання конкуренції в Україні.	1	-	13	14
УСЬОГО:			2	-	22	24
Форма модульного контролю – <i>тестування</i>						
МОДУЛЬ 2. МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ РОЗРОБКИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНИХ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ						
3	ЗМ1	Тема 9. Аналіз конкурентів і конкурентної стратегії підприємства (фірми). Фактори успіху в конкурентній боротьбі.	-	-	10	10
4	ЗМ2	Тема 10. Наукові підходи до управління конкурентоспроможністю. Методика аналізу і оцінки конкурентоспроможності організації.	2	2	6	10
5	ЗМ3	Тема 11. Методичні основи розробки конкурентоспроможних управлінських рішень. Фактори співставлення альтернативних рішень.	2	2	6	10
УСЬОГО:			4	4	22	30
Форма модульного контролю – <i>тестування, індивідуальна робота</i>						
УСЬОГО:			6	4	44	54
Форма підсумкового контролю - <i>залік</i>						

3. ЗМІСТ ЛЕКЦІЙНОГО МАТЕРІАЛУ ВІДПОВІДНО ДО СТРУКТУРУВАННЯ

Номер лекції	Назва теми і її зміст	Кількість годин денна/заочна	Література джерела
1	<p>Тема 1. Теоретичні основи конкуренції.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Поняття конкуренції. - Сучасний погляд на конкуренцію. - Негативні і позитивні риси конкуренції. - Умови виникнення конкуренції. - Еволюція теорії конкуренції. - Види конкуренції. Функції конкуренції. 	0,5/0,25	[1], с. 411-433 [2], с. 12-22
2	<p>Тема 2. Сутність, витоки і види монополізму.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Концентрація та централізація виробництва і капіталу. - Основні типи монополій. Класифікація монополій. - Вхідні і вихідні бар'єри існування монополій. - Основні показники монопольної влади: індекс Лернера, індекс Херфіндала-Хіршмана. 	0,5/0,25	
3	<p>Тема 3. Ринок і ринкова конкуренція.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ринок, структура ринків. - Сила конкуренції при різних формах конкурентного ринку. - Варіанти зміни конкуренції між фірмами. - Фактори, які впливають на конкурентну боротьбу. - Оцінка сили конкуренції. 	0,5/-	
4	<p>Тема 4. Фірма та її місце на ринку.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Огляд історії фірми. Визначення фірми. Функції фірми. - Поле стратегій фірм великого виробництва, високої спеціалізації, місцевого масштабу, фірм з циклічними нововведеннями (віолентна, патієнтна, мутантна, експлерентна стратегії). - Диференціація ринкових сегментів компаній. - Цикл життя фірми. 	0,5/-	
5	<p>Тема 5. Суть основних економічних законів функціонування ринкових відносин</p> <ul style="list-style-type: none"> - Закон залежності між попитом і ціною (закон попиту). - Закон залежності між пропозицією і ціною (закон пропозиції) - Закон залежності між пропозицією і попитом. - Закон ефекту масштабу виробництва. - Закон спадаючої прибутковості. - Закон конкуренції 	самостійно	[3], с. 36-50
6	<p>Тема 6. Конкурентні переваги і конкурентоспроможність.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Визначення конкурентних переваг і конкурентоспроможності. - Життєвий цикл конкурентної переваги. - Цінність товару для споживача. 	2/0,5	[2], с. 26-60

	<ul style="list-style-type: none"> - Принцип компенсації. - Стандартний і спеціалізований бізнес. - Диференціація ринкових сегментів компаній. 		
7	<p>Тема 7. Світовий досвід аналізу конкурентних переваг і конкурентоспроможності фірми.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Аналіз конкурентних переваг організації (модель М.Портера). - Аналіз стратегічного положення організації і привабливості ринку (модель McKinsey 7S). - SWOT – аналіз конкурентоспроможності фірми. 	2/0,5	[2], с. 74-92
8	<p>Тема 8. Державне регулювання конкуренції в Україні.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Бар'єри і фактори, що впливають на обмеження конкуренції в Україні. - Роль держави в розвитку конкуренції. - Основні напрямки антимонопольної політики. - Система органів Антимонопольного комітету України. - Аналіз стану монополізації економіки України. - Захист від недобросовісної конкуренції. 	самостійно	[1], с. 471-523
9	<p>Тема 9. Аналіз конкурентів і конкурентної стратегії підприємства (фірми). Фактори успіху в конкурентній боротьбі.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Поняття конкурентних стратегій фірми. Класифікація конкурентних стратегій фірми. Виявлення та оцінка стратегій конкурентів. - Внутрішньогалузева і міжгалузева конкуренція. - Методи відкритої цінової конкуренції. - Прихована цінова конкуренція і її методи. - Нецінові форми і методи конкуренції. - Досконала конкуренція. Недосконала конкуренція та її типи. - Фактори успіху в конкурентній боротьбі. 	2/-	[1], с. 435-470
10	<p>Тема 10. Наукові підходи до управління конкурентоспроможністю. Методика аналізу і оцінки конкурентоспроможності організації.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Типові фактори конкурентних переваг різних секторів: персонал, товар і послуга, організація. - Методика аналізу конкурентоспроможності персоналу фірми. - Аналіз конкурентоспроможності продукції. Економічні, технічні і нормативні показники конкурентоспроможності. Диференціальний і комплексний методи оцінки. - Методика оцінки конкурентоспроможності товару по системі 1111 - 5555. - Методика аналізу і оцінки конкурентоспроможності організації. 	2/1	[2], с. 203-212 [3], с. 166-185

11	<p>Тема 11. Методичні основи розробки конкурентоспроможних управлінських рішень. Фактори співставлення альтернативних рішень.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Вимоги до якості і ефективності управлінських рішень. - Співставність альтернативних варіантів управлінських рішень. - Фактори співставлення альтернативних рішень. Фактор часу, фактор якості об'єкту, фактор штабу, фактор впровадження виробництва, фактор часу отримання інформації, фактор умов експлуатації (експлуатації) товару, фактор інфляції. 	2/1	
----	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----	--

4. ПЕРЕЛІК ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ

№ з/п	Зміст завдання	Обсяг занять у годинах	
		Денна	Заочна
1	<p>Практичне заняття №1</p> <p><i>Тема: Сучасний погляд на конкуренцію. Ринок і ринкова конкуренція. Сутність, витоки і види монополізму. Фірма та її місце на ринку.</i></p> <p>1. Обговорення питань теми:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ринок і ринкова конкуренція.. • Сутність, витоки і види монополізму. • Фірма та її місце на ринку. <p>2. Програмований контроль.</p> <p>3. Розв'язування практичних завдань та управлінських ситуацій</p>	2	-
2	<p>Практичне заняття №2,3</p> <p><i>Тема: Конкурентні переваги і конкурентоспроможність. Світовий досвід аналізу конкурентних переваг і конкурентоспроможності фірми.</i></p> <p>1. Обговорення питань теми:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Конкурентні переваги і конкурентоспроможність. • Світовий досвід аналізу конкурентних переваг і конкурентоспроможності фірми. • Державне регулювання конкуренції в Україні. <p>2. Програмований контроль.</p> <p>3. Розв'язування практичних завдань та управлінських ситуацій.</p> <p>4. Модульний контроль</p>	4	2
3	<p>Практичне заняття №4</p> <p><i>Тема: Аналіз конкурентів і конкурентної стратегії підприємства (фірми). Фактори успіху в конкурентній боротьбі.</i></p> <p>1. Обговорення питань теми:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Аналіз конкурентів і конкурентної стратегії підприємства (фірми). • Фактори успіху в конкурентній боротьбі.. <p>2. Програмований контроль.</p> <p>3. Розв'язування практичних завдань та управлінських ситуацій.</p>	2	-
4	<p>Практичне заняття №5</p> <p><i>Тема: Наукові підходи до управління конкурентоспроможністю. Методика аналізу і оцінки конкурентоспроможності різних об'єктів.</i></p> <p>1. Обговорення питань теми:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Методика аналізу і оцінки конкурентоспроможності персоналу фірми. • Методика аналізу і оцінки конкурентоспроможності товару. 	2	2

	<ul style="list-style-type: none"> • Методика аналізу і оцінки конкурентоспроможності підприємства. 2. Програмований контроль. 3. Розв'язування практичних завдань та управлінських ситуацій 		
5	<p>Практичне заняття №6</p> <p><i>Тема:</i> Методичні основи розробки конкурентоспроможних управлінських рішень. Фактори співставлення альтернативних рішень..</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Обговорення питань теми: • Розробка конкурентоспроможних управлінських рішень. • Фактори співставлення альтернативних рішень. 2. Програмований контроль. 3. Розв'язування практичних завдань та управлінських ситуацій. 4. Модульний контроль. 	2	2
УСЬОГО:		12	6

Перелік управлінських ситуацій для вирішення на практичних заняттях

УПРАВЛІНСЬКА СИТУАЦІЯ №1

Вихідні дані для врахування фактору інфляції під час прийняття управлінського рішення:

Показники	Значення показника
1. Кількість реалізованої продукції "А" на протязі 2009 р., шт.	1200
2. Кількість реалізованої продукції "Б" на протязі 2009 р., шт.	110
3. Ціна (в середньому за рік) одиниці продукції "А" в 2009 р., у.о.	150
4. Ціна (в середньому за рік) одиниці продукції "Б" в 2009 р., у.о.	470
5. Індекс інфляції по продукції "А" в середньому за 2010 р.	1,25
6. Індекс інфляції по продукції "Б" в середньому за 2010 р.	1,18

Визначити:

1. приведені до кінця 2010 р. ціни по продукції "А" і "Б";
2. обсяг реалізації у 2009 р. за цінами на кінець 2010 р.;
3. середній індекс інфляції по продукції фірми.

УПРАВЛІНСЬКА СИТУАЦІЯ №2

Вихідні дані для врахування фактору масштабу під час прийняття управлінського рішення:

Показники	Значення
1. Собівартість одиниці об'єкту за старим варіантом, у.о.	1400
2. Програма випуску об'єкту за старим варіантом (в рік), шт.	4900
3. Програма випуску об'єкту за новим варіантом (в рік), шт.	7200
4. Коефіцієнт, що враховує фактор масштабу	0,88

Визначіть і вкажіть правильну відповідь.:

1. собівартість об'єкту за новим варіантом,
2. зменшення (збільшення) собівартості за новим варіантом,
3. зменшення (збільшення) собівартості за новим варіантом за рахунок збільшення річної програми.

УПРАВЛІНСЬКА СИТУАЦІЯ №3

Вихідні дані для врахування фактору якості під час прийняття управлінського рішення:

Показники	Значення показника
1. Середньорічні затрати на експлуатацію та ремонт верстата в 2008 р.,(у.о.)	1500
2. Річна продуктивність верстата в 2008 р., шт. деталей	5000
3. Коефіцієнт щорічного збільшення середньорічних затрат на експлуатацію та ремонт верстата за період 2006-2011 рр.	0.05
4. Коефіцієнт щорічного зниження продуктивності верстата за період 2006-2011 рр.	0,08

Визначити:

1. середньорічні затрати на експлуатацію та ремонт верстата в 2011 р.;
2. річну продуктивність верстата в 2011 р. (інші умови експлуатації не змінюються).

УПРАВЛІНСЬКА СИТУАЦІЯ №4

Вихідні дані для врахування фактору інфляції під час забезпечення співставності альтернативних варіантів управлінського рішення:

Показники	Значення показника
1. Кількість реалізованої продукції "А" на протязі 2009 р., шт.	1500
2. Кількість реалізованої продукції "Б" на протязі 2009 р., шт.	120
3. Ціна (в середньому за рік) одиниці продукції "А" в 2009 р., у.о.	160
4. Ціна (в середньому за рік) одиниці продукції "Б" в 2009 р., у.о.	420
5. Індекс інфляції по продукції "А" в середньому за 2010 р.	1,05
6. Індекс інфляції по продукції "Б" в середньому за 2010 р.	1,12

Визначити:

1. приведені до кінця 2010 р. ціни по продукції "А" і "Б";
2. обсяг реалізації у 2010 р. за цінами на кінець 2009 р.;
3. середній індекс інфляції по продукції фірми.

УПРАВЛІНСЬКА СИТУАЦІЯ №5

Вихідні дані для врахування фактору масштабу під час прийняття управлінського рішення:

Показники	Значення показника
1. Собівартість одиниці об'єкту за старим варіантом, у.о.	1600
2. Програма випуску об'єкту за старим варіантом (в рік), шт.	5200
3. Програма випуску об'єкту за новим варіантом (в рік), шт.	7500
4. Коефіцієнт, що враховує фактор масштабу	0,92

Визначіть собівартість об'єкту за новим варіантом, зменшення (збільшення) собівартості за новим варіантом, зменшення (збільшення) собівартості за новим варіантом за рахунок збільшення річної програми. Вкажіть правильну відповідь:

УПРАВЛІНСЬКА СИТУАЦІЯ №6

Вихідні дані для врахування фактору якості під час прийняття управлінського рішення:

Показники	Значення показника
1. Середньорічні затрати на експлуатацію та ремонт верстата в 2008 р.,(у.о.)	1500
2. Річна продуктивність верстата в 2008 р., шт. деталей	5000
3. Коефіцієнт щорічного збільшення середньорічних затрат на експлуатацію та ремонт верстата за період 2006-2011 рр.	0.07
4. Коефіцієнт щорічного зниження продуктивності верстата за період 2006-2011 рр.	0,09

Визначити:

1. середньорічні затрати на експлуатацію та ремонт верстата в 2007р.;
2. річну продуктивність верстата в 2007 р. (інші умови експлуатації не змінюються).

УПРАВЛІНСЬКА СИТУАЦІЯ №7

Вихідні дані для врахування фактору інфляції під час забезпечення співставності альтернативних варіантів управлінського рішення:

Показники	Значення показника
1.Кількість реалізованої продукції "А" на протязі 2005 р., шт.	1300
2. Кількість реалізованої продукції "Б" на протязі 2005 р., шт.	140
3. Ціна (в середньому за рік) одиниці продукції "А" в 2005 р., у.о.	180
4. Ціна (в середньому за рік) одиниці продукції "Б" в 2005 р., у.о.	420
5. Індекс інфляції по продукції "А" в середньому за 2006 р.	1,2
6. Індекс інфляції по продукції "Б" в середньому за 2006 р.	1,18

Визначити:

1. приведені до кінця 2006 р. ціни по продукції "А" і "Б";
2. обсяг реалізації у 2005 р. за цінами на кінець 2006 р.;
3. середній індекс інфляції по продукції фірми.

УПРАВЛІНСЬКА СИТУАЦІЯ №8

Вихідні дані для врахування фактору якості під час прийняття управлінського рішення:

Показники	Значення показника
5. Середньорічні затрати на експлуатацію та ремонт верстата в 2008 р.,(у.о.)	1500
6. Річна продуктивність верстата в 2008 р., шт. деталей	5000
7. Коефіцієнт щорічного збільшення середньорічних затрат на експлуатацію та ремонт верстата за період 2006-2011 рр.	0.07
8. Коефіцієнт щорічного зниження продуктивності верстата за період 2006-2011 рр.	0,09

Визначити:

3. середньорічні затрати на експлуатацію та ремонт верстата в 2011 р.;
4. річну продуктивність верстата в 2011 р. (інші умови експлуатації не змінюються).

5. САМОСТІЙНА РОБОТА СТУДЕНТІВ

Самостійна робота студента є основним засобом засвоєння ним матеріалу в час, вільний від обов'язкових навчальних занять без участі викладача. Вивчення дисципліни передбачає проведення самостійної роботи за такими напрямками:

- опрацювання теоретичних основ прослуханого лекційного матеріалу;
- вивчення окремих тем або питань, що передбачені для самостійного опрацювання;
- підготовка до практичних занять;
- виконання домашніх завдань, написання рефератів;
- розв'язання управлінських ситуацій;
- підготовка до проведення контрольних заходів (здача змістових модулів, іспитів) тощо.

Обсяг самостійної роботи студентів

№ з/п	Види навчальної діяльності	Норматив, год.	Навантаження, год.
1	Опрацювання лекційного матеріалу	0,5 год. / 1 год. аудиторних занять	12
2	Підготовка до практичних занять		
3	Самостійне вивчення тем		6
3	Підготовка індивідуальних робіт (рефератів)	9 год. на 1 кредит ECTS	4
3	Підготовка та складання екзамену, тестування		10

Зміст самостійної роботи студентів

Номер теми	Зміст самостійної (індивідуальної) роботи	Кількість годин
Семестр 9		
	Змістовний модуль 1	
Тема 1	Опрацювання лекційного матеріалу	1,5
Тема 2	Опрацювання лекційного матеріалу	1,5
Тема 3	Опрацювання лекційного матеріалу, підготовка до здачі змістовного модуля 1	3
	Змістовий модуль 2	
Тема 4	Опрацювання лекційного матеріалу, , підготовка до виконання практичної роботи №1	3
Тема 11	Опрацювання лекційного матеріалу	2
Тема 5	Опрацювання лекційного матеріалу, підготовка до виконання практичної роботи №2, підготовка до здачі змістовного модуля 2 і модульного	

	контролю (тестування)	5
	Змістовий модуль 3	
Тема 6	Опрацювання лекційного матеріалу	2
Тема 7	Опрацювання лекційного матеріалу, підготовка до виконання практичної роботи №3, підготовка до здачі змістовного модуля 3	4
	Змістовий модуль 4	
Тема 8	Опрацювання лекційного матеріалу	2
Тема 9	Опрацювання лекційного матеріалу, підготовка до виконання практичної роботи №4, підготовка до здачі змістовного модуля 4	4
	Змістовий модуль 5	
Тема 10	Опрацювання лекційного матеріалу, підготовка до виконання практичної роботи №5, підготовка до здачі змістовного модуля 5 і модульного контролю (тестування)	8
	<i>Примітка: Кількість годин самостійної роботи з підготовки до іспиту і написання реферату враховані у змістовних модулях</i>	
Разом за семестр		36
Усього з дисципліни		36

Індивідуальні завдання (науково-дослідні завдання)

Індивідуальні завдання для проміжного контролю виконують студенти відповідно до навчального плану.

Основною метою індивідуальної роботи є закріплення і систематизація отриманих знань з дисципліни у процесі самостійної підготовки в міжсесійний період. Виконання індивідуальної роботи сприяє успішній здачі екзамену та є обов'язковою умовою допуску до нього.

Індивідуальні завдання для проміжного контролю знань містять теоретичні аспекти, які охоплюють всі теми відповідно до розробленої програми курсу, а також практичне завдання (управлінську ситуацію).

Перелік тем для рефератів

Тема 1. Еволюція і теоретичні основи конкуренції.

Поняття конкуренції. Сучасний погляд на конкуренцію. Негативні і позитивні риси конкуренції. Умови виникнення конкуренції. Еволюція теорії конкуренції. Види конкуренції. Функції конкуренції. Загальна класифікація форм, методів і рівнів конкуренції.

Тема 2. Сутність, витоки і види монополізму.

Концентрація та централізація виробництва і капіталу. Основні типи монополій. Класифікація монополій. Вхідні і вихідні бар'єри існування монополій. Основні показники монопольної влади: індекс Лернера, індекс Херфіндаля-Хіршмана. Цінова дискримінація.

Тема 3. Ринок і ринкова конкуренція.

Ринок, структура ринків. Сила конкуренції при різних формах конкурентного ринку. Варіанти зміни конкуренції між фірмами. Фактори, які впливають на конкурентну боротьбу. Оцінка сили конкуренції. Товарне виробництво і суб'єкти конкурентних відносин.

Тема 4. Фірма та її місце на ринку

Огляд історії фірми. Визначення фірми. Функції фірми. Типи фірм (компаній) і конкурентних стратегій. Поле стратегій фірм великого виробництва, вузької спеціалізації, місцевого масштабу, фірм з радикальними нововведеннями (віолентна, патієнтна, комутантна, експлерентна стратегії). Диференціація ринкових сегментів компаній. Цикл життя фірми.

Тема 5. Основні економічні закони функціонування ринкових відносин

Закон залежності між попитом і ціною (закон попиту). Закон залежності між пропозицією і ціною (закон пропозиції). Закон залежності між пропозицією і попитом. Закон ефекту масштабу виробництва. Закон спадаючої прибутковості. Закон конкуренції.

Тема 6. Державне регулювання конкуренції в Україні.

Бар'єри і фактори, що впливають на обмеження конкуренції в Україні. Роль держави в розвитку конкуренції. Основні напрямки антимонопольної політики. Система органів Антимонопольного комітету України. Аналіз стану монополізації економіки України. Захист від недобросовісної конкуренції.

Тема 7. Конкурентні переваги і конкурентоспроможність.

Визначення конкурентних переваг і конкурентоспроможності. Життєвий цикл конкурентної переваги. Цінність товару для споживача. Принцип компенсації. Стандартний і спеціалізований бізнес. Диференціація ринкових сегментів компаній.

Тема 8. Світовий досвід аналізу конкурентних переваг і конкурентоспроможності фірми.

Аналіз конкурентних переваг організації (модель М.Портера). Аналіз стратегічного положення організації і привабливості ринку (модель McKinsey 7S). SWOT – аналіз конкурентоспроможності фірми.

Тема 9. Аналіз конкурентів і конкурентної стратегії підприємства (фірми).

Поняття конкурентних стратегій фірми. Виявлення та оцінка стратегій конкурентів. Методи відкритої цінової конкуренції. Прихована цінова

конкуренції і її методи. Нецінові форми і методи конкуренції. Фактори успіху в конкурентній боротьбі.

Тема 10. Методичні основи оцінки конкурентоспроможності різних об'єктів.

Вимоги і вихідні дані для оцінки конкурентоспроможності. Типові фактори конкурентних переваг різних об'єктів: персонал, товар і послуга, організація. Методика оцінки конкурентоспроможності персоналу. Методика оцінки конкурентоспроможності товару. Диференціальний і комплексний методи оцінки. Схема оцінки конкурентоспроможності. Методика оцінки конкурентоспроможності товару по системі 1111-5555. Методика аналізу і оцінки конкурентоспроможності організації.

Тема 11. Методичні основи розробки конкурентоспроможних управлінських рішень.

Вимоги до якості і ефективності управлінських рішень. Співставність альтернативних варіантів управлінських рішень. Фактори співставлення альтернативних рішень. Врахування фактору часу. Фактор якості об'єкту. Фактор масштабу (об'єму) виробництва товару. Фактор освоєності товару у виробництві. Фактор методу отримання інформації для прийняття управлінського рішення. Фактор умов застосування (експлуатації) товару. Фактор інфляції.

Тема 12-13-14. Наукові підходи до управління конкурентоспроможністю.

Системний підхід, логічний підхід, відтворюючо-еволюційний підхід, інноваційний підхід, комплексний підхід, глобальний підхід, інтеграційний підхід, віртуальний підхід, стандартизаційний підхід, маркетинговий підхід, ексклюзивний підхід, процесний підхід, структурний підхід, ситуаційний підхід, функціональний підхід, нормативний підхід, оптимізаційний підхід, адміністративний підхід, діловий підхід.

Тема 15-16-17. Принципи управління об'єктами.

Принципи управління економікою. Принципи аналізу об'єктів. Принципи прогнозування. Принципи планування. Принципи економічного обґрунтування. Принципи раціоналізації структур. Принципи раціоналізації процесів. Принципи управління персоналом. Принципи управління якістю. Принципи ресурсозбереження. Принципи оцінки конкурентоспроможності.

Тема 18. Теорія конкурентних переваг Майкла Портера.

Тема 19. Фактори конкурентних переваг різних об'єктів.

Персонал. Товар, послуги. Організація. Галузь, регіон, держава.

Тема 20. Закони організації управління в статичі і динаміці.

Закон композиції. Закон пропорціональності. Закон найменших. Закон онтогенезу. Закон синергії. Закон інформованості. Закон єдності аналізу і синтезу. Закон самозбереження.

Тема 21. Якість продукції в системі управління конкурентоспроможністю фірми.

Суть і система показників якості продукції. Міжнародна система якості: стандарти ІСО серії 9000. Інструменти підвищення якості продукції.

Тема 22. Управління ресурсозбереженням в системі управління конкурентоспроможністю фірми.

Основи стратегії ресурсозбереження. Аналіз ефективності використання ресурсів. Фактори ресурсозбереження. Вибір стратегії ресурсозбереження.

Тема 23. Класифікація і суть основних методів управління.

Методи аналізу. Методи прогнозування. Методи управління персоналом. Методи управління якістю. Методи організації процесів.

Тема 24. Конкуренція і конкурентоспроможність як рушійна сила розвитку суспільства.

Конкуренція – спосіб життя і рушійна сила суспільства. Сила конкуренції для різних форм конкурентного ринку. Конкурентоспроможність як ступінь розвитку суспільства. Структура системи забезпечення конкурентоспроможності.

Тема 25. Конкурентоспроможність і якість продукції.

Поняття "якість продукції", "конкурентоспроможність продукції". Взаємозв'язок між якістю і конкурентоспроможністю продукції. Конкурентоспроможність і маркетинг. Управління якістю в системі стандартів ІСО серії 9000.

Тема 26. Оцінка конкурентоспроможності продукції.

Схема оцінки конкурентоспроможності продукції. Економічні, технічні і нормативні параметри конкурентоспроможності продукції. Схема оцінки. Методика оцінки.

Тема 27. Основні напрямки антимонопольної політики України.

Основні напрямки антимонопольної політики. Система органів Антимонопольного комітету України. Аналіз стану монополізації економіки України. Захист від недобросовісної конкуренції.

6. СИСТЕМА КОНТРОЛЮ ЗНАНЬ, УМІНЬ, НАВИЧОК. РОЗПОДІЛ БАЛІВ, ЩО ПРИСВОЮЮТЬСЯ СТУДЕНТУ ЗА РІЗНІ ВИДИ РОБІТ

Оцінювання рівня отриманих теоретичних знань і практичних навичок здійснюють на основі модульно-рейтингової системи контролю знань, вона передбачає стимулювання систематичної, ритмічної самостійної роботи студентів, підвищення об'єктивності при оцінюванні їх знань, вивчення рейтингу студента, запровадження здорової конкуренції між студентами в навчанні та розвитку їх творчих здібностей. Модульно-рейтинговий контроль здійснюють на основі попередньо визначених змістовних модулів, які є логічно завершеними частинами теоретичного та практичного навчального матеріалу за окремими етапами вивчення дисципліни.

Розподіл балів і кредитів, які присвоюють студентам

Кількість кредитів за предмет	Модуль 1		Модуль 2			Індивідуальне завдання	Залік	Залік	Кількість отриманих балів
	ЗМ1	ЗМ2	ЗМ1	ЗМ2	ЗМ3				
1,5	10	10	10	15	15	15	-	25	100

За бальною шкалою оцінювання, яку використовують в навчальному закладі, рівень засвоєння матеріалу оцінюють наступним чином:

Шкала оцінювання студентів за предмет

За шкалою ЕСТД	За номінальною шкалою	За шкалою навчального закладу
A	Відмінно5	90...100
B	Дуже добре4	85...89
C	Добре4	75...84
D	Задовільно3	65...74
E	Достатньо3	60...64
FX	Незадовільно з можливістю повторного складання2+	35...59
F	Незадовільно з обов'язковим повторним курсом2-	1...34

7. ПЕРЕЛІК ТЕСТІВ МОДУЛЬНОГО КОНТРОЛЮ

Модуль 1

1. Дайте визначення поняття економічної (ринкової) конкуренції:
 - a) суперечка між продавцями і покупцями в умовах ринку;
 - b) невідповідність між попитом і пропозицією;
 - c) зіткнення і суперництво між суб'єктами господарювання за досягнення найкращих результатів їх діяльності на ринку;
 - d) суперництво старого з новим.
2. Хто є суб'єктами конкурентних відносин?
 - a) виробники, покупці, торгові посередники;
 - b) крупні виробники продукції;
 - c) продавці і споживачі;
 - d) виробники, покупці, держава.
3. Негативні риси конкуренції полягають у тому, що:
 - a) вона передбачає приватну власність;
 - b) перемагає тільки той, хто випускає якісну продукцію;
 - c) дрібні виробники витісняються великим капіталом;
 - d) споживачі надають перевагу тільки окремим товарам.
4. По степені інтенсивності конкуренція може бути:
 1. предметна, функціональна, видова;
 2. приваблива, помірна, жорстка;
 3. місцева, регіональна, національна, глобальна;
 4. сильна, слабка.
5. Серед методів розрізняють конкуренцію:
 - a) на основі критерію підвищення якості;
 - b) на основі зниження ціни;
 - c) на основі підвищення сервісу товару;
 - d) всі відповіді правильні.
6. Теорія конкуренції була вперше узагальнена:
 - a) Й.А.Шумпетером;
 - b) М.Портером;
 - c) А.Ю.Юдановим;
 - d) Адамом Смітом.
7. Виберіть правильне твердження:
 - a) конкуренція негативно впливає на ціни ринку;
 - b) в умовах конкуренції перемагає той, в кого більший капітал;
 - c) в умовах конкуренції перемагає той, хто створює якісну продукцію при найменших витратах виробництва;
 - d) держава є основним регулятором конкуренції.
8. Виберіть правильний логічний процес появи монополій в умовах ринку:
 - a) конкуренція – концентрація виробництва і капіталу – монополізація;
 - b) конкуренція – змова крупних виробників – монополізація;
 - c) існування багатьох виробників – об'єднання – монополізація;
 - d) ринок – олігопія – монополізація.
9. Монопольна влада полягає у здатності фірми:
 - a) скупити всіх конкурентів;
 - b) нарощувати об'єми виробництва;
 - c) продавати товар одному (декільком) покупцям;
 - d) впливати на ринкову ціну.
10. Монополії класифікуються:
 - a) абсолютна і неабсолютна;
 - b) продавців, покупців, посередників;

- c) закрыта, відкрита, природна;
 - d) товарна, галузева, міжгалузева, міждержавна.
11. Важливою передумовою існування монополії є наявність:
- a) загрози поверненню капіталів;
 - b) вхідних і вихідних бар'єрів;
 - c) державного захисту;
 - d) фірм-немонополістів.
12. До "вхідних" бар'єрів входу у галузь нових конкурентів належить:
- a) високий рівень капіталомісткості виробництва;
 - b) втручання керівництва галузі;
 - c) протест постачальників, клієнтури;
 - d) необхідність відшкодування вкладених інвестицій.
13. До "вихідних" бар'єрів існування монополії належить:
- a) тарифні знижки;
 - b) необхідність відшкодування вкладених великих інвестицій;
 - c) високий рівень капіталомісткості;
 - d) високі транспортні витрати.
14. Монополізацію ринку можна математично визначити за допомогою:
- a) сукупного доходу об'єктів господарювання;
 - b) монопольної ціни на товар;
 - c) правила М.Портера;
 - d) індексу Херфіндала-Хіршмана.
15. Попит на продукцію монопольної фірми:
- a) збільшується із зменшенням ціни;
 - b) збільшується із збільшенням ціни;
 - c) зменшується із зменшенням ціни;
 - d) не залежить від ціни.
16. Цінова дискримінація використовується монополістом:
- a) незаконно;
 - b) для обмеження попиту;
 - c) для перепродажу товару;
 - d) цілеспрямовано для задоволення різних покупців.
17. По виду товару ринки поділяють на:
- a) світові, регіональні, місцеві;
 - b) сировини, матеріалів, засобів виробництва, капіталу, валюти і ін.;
 - c) внутрішні і зовнішні;
 - d) легальні і нелегальні.
18. По масштабу обхвату території ринки розрізняють:
- a) ринок продавця і ринок покупця;
 - b) внутрішній і зовнішній;
 - c) світовий, зональний, регіональний, в межах країни;
 - d) легальний і нелегальний.
19. Поліполія характеризується:
- a) великою кількістю виробників і великою кількістю покупців;
 - b) великою нормою прибутку виробника;
 - c) великою долею виробника на ринку;
 - d) блокованим доступом до ринку.
20. Олігополія характерна:
- a) великою кількістю виробників і великою кількістю покупців;
 - b) малою кількістю виробників і малою кількістю покупців;
 - c) низькою нормою прибутку виробника,
 - d) дуже сильною силою конкуренції.
21. Конкуренція між фірмами посилюється:
- a) із зменшенням кількості суперницьких фірм;

- b) із збільшенням попиту на товар;
 c) коли умови господарювання штовхають фірму на зниження ціни;
 d) коли низькі бар'єри "виходу" із ринку.
22. На конкурентну боротьбу впливають фактори:
 a) ціна;
 b) величина ринку;
 c) темпи росту ринку;
 d) всі відповіді правильні.
23. Узагальнений показник інтенсивності конкуренції визначається за формулою:
 a) $I_{hh} = \sum_{i=1}^n S_i^2$;
 b) $U_k = \sqrt[3]{U_P U_D U_T}$;
 c) $I_1 = \frac{\text{Прибуток}}{\text{Сукупний} \cdot \text{дохід}}$;
 d) $I_k = \frac{\text{Прибуток}}{\text{Ціна}}$.
24. Функціонування товарного виробництва і ринку спирається на такі соціально-економічні умови:
 a) приватну власність;
 b) суспільний поділ праці;
 c) відокремленість суб'єктів господарювання;
 d) всі відповіді правильні.
25. Фірма це:
 a) організація, яка займається бізнесом;
 b) організація, яка концентрує і використовує ресурси для виробництва товарів і послуг;
 c) організація, яка намагається отримати прибуток;
 d) організація, яка є власником землі і капіталу.
26. Термін "фірма" вперше став використовуватися з початком розвитку капіталізму в:
 a) Англії в XVI ст.;
 b) Німеччині в XV-XVII ст.;
 c) Італії в XIV-XV ст.;
 d) Америці в XVIII ст.
27. Визначіть, де найбільш повно викладені функції фірми:
 a) концентрація і використання ресурсів, організація виробництва, збутова діяльність, накопичення досвіду, отримання прибутку;
 b) організація виробництва, закупівля матеріалів, виробництво, збут, менеджмент, маркетинг;
 c) постачання матеріалів, організація виробництва, підготовка кадрів, підготовка виробництва, збут;
 d) всі відповіді вірні і повні.
28. Девізом фірм з якою стратегією є вислів "дорого, проте добре"?
 a) віолентною;
 b) патієнтною;
 c) комутантною;
 d) експлерентною.
29. Фірма з якою стратегією притримуються девізу "дешево, але пристойно"?
 a) віолентною;
 b) патієнтною;
 c) комутантною;
 d) експлерентною.

30. Фірми з якою стратегією притримуються девізу “краще і дешевше, якщо вийде”?
- a) віолентною;
 - b) патієнтною;
 - c) комутантною;
 - d) експлерентною.
31. Експлерентна стратегія пов’язана із:
- a) створенням нових або радикальною зміною старих сегментів ринку;
 - b) бізнесом в місцевих масштабах;
 - c) задоволенням спеціальних запитів споживачів;
 - d) розвинутою збутовою мережею й рекламою.
32. Життєвий цикл фірми – це:
- a) переростання малої фірми у велику;
 - b) ріст фірми до вершин піраміди бізнесу;
 - c) захоплення фірмою конкурентного ринку;
 - d) процес її природного росту і послідовної зміни конкурентних стратегій.
33. В залежності від частки, займаної на ринку товару, фірми називаються:
- a) лідери, претенденти на лідерство, послідовники, аутсайдери, новачки;
 - b) крупні, великі, середні, малі;
 - c) місцеві, регіональні, республіканські, міжнародні, світові;
 - d) монополісти і конкуренти.
34. Метою фірми-лідера є:
- a) випередження конкурентів;
 - b) зберегти завойовані позиції;
 - c) підвищення цін на товари;
 - d) збільшити інтенсивність конкуренції.
35. Фірми-претенденти на лідерство свою задачу бачать у:
- a) наслідуванні лідеру;
 - b) допомозі лідеру;
 - c) фронтальній атаці на позиції лідера;
 - d) пошуку своєї ніші на ринку.
36. Фірми-послідовники свою стратегією в конкурентній боротьбі бачать у:
- a) заощадженні сил і коштів за рахунок того, що шлях пробиває лідер;
 - b) лобовій атаці на лідера;
 - c) партизанській війні з лідером;
 - d) розвитку вузькоспеціалізованого виробництва.
37. Завданням фірм-аутсайдерів і новачків є:
- a) використання методів конкурентної боротьби з рівнозначними фірмами;
 - b) закріплення на якійсь ринковій ніші;
 - c) перехід до виробництва принципово нових товарів;
 - d) освоєння досягнень науково-технічного прогресу.
38. Закон залежності між попитом і ціною стверджує, що:
- a) із зниженням ціни товару попит на нього знижується;
 - b) з підвищенням ціни товару попит на нього підвищується;
 - c) із збільшенням ціни пропозиції на товар зменшуються;
 - d) із зниженням ціни товару попит на нього збільшується.
39. Закон залежності між попитом і ціною стверджує, що:
- a) із збільшенням ціни товару пропозиції на нього збільшуються;
 - b) із збільшенням ціни пропозиції на товар зменшуються;
 - c) із зменшенням ціни пропозиції на товар зменшуються;
 - d) всі відповіді правильні.
40. Закон залежності між пропозицією і попитом діє:
- a) в умовах монополізації ринку;
 - b) в умовах вільної конкуренції;
 - c) в умовах дефіциту товарів;

d) в умовах відсутності попиту.

Модуль 2

41. Виберіть правильне твердження:
- a) конкурентоспроможність є результатом, що фіксує наявність конкурентних переваг;
 - b) конкурентоспроможність і конкурентні переваги є тотожними поняттями;
 - c) конкурентоспроможність впливає на конкурентні переваги підприємства;
 - d) всі відповіді правильні.
42. Конкурентоспроможність фірми – це:
- a) яка-небудь ексклюзивна цінність, якою володіє фірма і яка дає їй перевагу над конкурентами;
 - b) можливість ефективно розпоряджатися власними і позичковими ресурсами в умовах ринку;
 - c) наявність конкурентних переваг;
 - d) всі відповіді правильні.
43. Вкажіть повний життєвий цикл конкурентної переваги:
- a) зародження, прискорення, уповільнення, зрілість, спад;
 - b) зародження, зрілість, спад;
 - c) прискорення, уповільнення, спад;
 - d) прискорення, уповільнення, розвиток, зрілість, спад.
44. Всі фактори, що впливають на конкурентоспроможність можна поділити на:
- a) великі, середні і малі;
 - b) місцеві, регіональні, міжнародні і світові;
 - c) зовнішні і внутрішні;
 - d) основні і другорядні.
45. До зовнішніх факторів, що впливають на конкурентоспроможність фірми відносяться:
- a) система технологічного оснащення;
 - b) система управління фірмою;
 - c) наявність кваліфікованого персоналу;
 - d) діяльність державних органів.
46. Внутрішні фактори, що впливають на конкурентоспроможність фірми:
- a) розвиток нових технологій, джерел енергії;
 - b) діяльність керівництва та апарату управління;
 - c) діяльність державних органів;
 - d) параметри попиту.
47. Конкурентні стратегії - це стратегії:
- a) що дозволяють компанії зайняти міцні позиції в боротьбі з конкурентами;
 - b) що дозволяють оборонятися від конкурентів;
 - c) пошуку нового ринку;
 - d) боротьби за захоплення конкурентів.
48. Конкурентні стратегії передбачають:
- a) завоювання фірмою конкурента;
 - b) підвищення попиту, завоювання частки ринку, підвищення продуктивності, оборонні позиції;
 - c) зміну асортименту продукції, боротьбу з конкурентами, превентивні заходи;
 - d) всі відповіді вірні.
49. Підвищення попиту в конкурентній стратегії включає:
- a) вдосконалення структури витрат, вдосконалення асортименту продукції, підвищення цінності;
 - b) завоювання споживачів конкурентів, завоювання конкурентів, завоювання відданості споживачів;

- c) залучення нових споживачів, пошук нових можливостей використання товару, підвищення частоти споживання товару;
 - d) підвищення цінності, вичікувальна оборона, оборона з превентивними заходами.
50. Завоювання частки ринку в конкурентній стратегії включає:
- a) вдосконалення структури витрат, вдосконалення асортименту продукції, підвищення цінності;
 - b) завоювання споживачів конкурентів, завоювання конкурентів, завоювання відданості споживачів;
 - c) залучення нових споживачів, пошук нових можливостей використання товару, підвищення частоти споживання товару;
 - d) підвищення цінності, вичікувальна оборона, оборона з превентивними заходами.
51. Підвищення продуктивності в конкурентній стратегії включає:
- a) вдосконалення структури витрат, вдосконалення асортименту продукції, підвищення цінності;
 - b) завоювання споживачів конкурентів, завоювання конкурентів, завоювання відданості споживачів;
 - c) залучення нових споживачів, пошук нових можливостей використання товару, підвищення частоти споживання товару;
 - d) підвищення цінності, вичікувальна оборона, оборона з превентивними заходами.
52. Оборонна позиція в конкурентній стратегії включає:
- a) вдосконалення структури витрат, вдосконалення асортименту продукції, підвищення цінності;
 - b) завоювання споживачів конкурентів, завоювання конкурентів, завоювання відданості споживачів;
 - c) залучення нових споживачів, пошук нових можливостей використання товару, підвищення частоти споживання товару;
 - d) підвищення цінності, вичікувальна оборона, оборона з превентивними заходами.
53. Конкуренція на ринку товарів і послуг відбувається у двох формах:
- a) відкрита, прихована;
 - b) цінова, нецінова;
 - c) законна, незаконна;
 - d) “за якістю”, “за умовами продажу”.
54. Цінова форма конкуренції підрозділяється на:
- a) законна, незаконна;
 - b) цінова, нецінова;
 - c) відкрита, прихована;
 - d) “за якістю”, “за умовами продажу”.
55. Нецінова форма конкуренції підрозділяється на:
- a) “за якістю”, “за умовами продажу”;
 - b) відкрита, прихована;
 - c) законна, недобросовісна, пряма боротьба з конкурентами;
 - d) законна, незаконна.
56. Використання відкритого зниження цін переслідує мету:
- a) проникнення на новий ринок;
 - b) захоплення монопольного положення;
 - c) встановлення бар’єру проти виходу на ринок нових конкурентів;
 - d) всі відповіді правильні.
57. Надання знижок окремим покупцям є:
- a) незаконною операцією;
 - b) дискримінаційною операцією;

- c) методом цінової конкуренції;
 - d) всі відповіді неправильні.
58. Прихована цінова конкуренція передбачає:
- a) поліпшення споживчих властивостей товару;
 - b) пряме зниження цін;
 - c) надання знижок окремим покупцям;
 - d) незаконну операцію.
59. Співвідношення між ціною і корисним ефектом називається:
- a) коефіцієнтом гальмування ціни;
 - b) питомою ціною;
 - c) ефектом товару;
 - d) техніко-економічною характеристикою товару.
60. Нецінові форми конкуренції розподіляються на групи:
- a) законна, незаконна і пряма боротьба за обмеження дій конкурентів;
 - b) надання додаткових послуг, реклама товарів, проведення НДДКР;
 - c) законна і незаконна;
 - d) добросовісна, недобросовісна, змішана.
61. Діяльність державних владних структур впливає на підприємство через:
- a) ринки трудових ресурсів, ринки засобів виробництва;
 - b) ринки фінансових ресурсів;
 - c) кредитно-грошову політику, законодавство, податкову політику;
 - d) всі відповіді правильні.
62. Конкурентоспроможність фірми, яка виражається через п'ятирівневу ієрархію факторів, має назву:
- a) модель Майкла Портера;
 - b) SWOT-аналіз;
 - c) модель Мак-Кінсі 7S;
 - d) функціонально-вартісний аналіз.
63. На першому етапі SWOT-аналізу вивчаються:
- a) слабкості фірми;
 - b) політичні, економічні, технологічні фактори;
 - c) стратегічні і тактичні можливості фірми;
 - d) конкурентні переваги фірми.
64. Ідея SWOT-аналізу полягає в наступному:
- a) в прийнятті зусиль для перетворення слабкостей в силу і загроз в можливості;
 - b) в аналізі історії успішних галузей розвинутих країн;
 - c) в аналізі факторів утримання конкурентних переваг фірми;
 - d) в розробці, обґрунтуванні і погодженні заходів по підвищенню конкурентоспроможності галузі.
65. Аналіз стратегічної позиції фірми і привабливості ринку передбачає:
- e) модель М.Портера;
 - f) модель Мак-Кінсі 7S;
 - g) SWOT-аналіз;
 - h) всі три моделі.
66. Визначіть фактори, які лежать в основі моделі Мак-Кінсі 7S:
- a) стратегія, навика, цінності, структура, системи, кадри, стиль;
 - b) система, структура, стратегія, спосіб, собівартість, сила, стиль;
 - c) сила, слабкість, можливості, загрози, перетворення, менеджмент, маркетинг;
 - d) всі відповіді правильні.
67. Аналіз стратегічної позиції фірми і привабливості ринку можна провести:
- a) математичними розрахунками;
 - b) оцінкою показників;
 - c) аналізом прибутковості фірми;
 - d) податковою звітністю.

68. Структурний аналіз галузей М.Портер рекомендує здійснювати на основі аналізу:
- а) диференціації продукції галузі;
 - б) стратегії галузі;
 - в) 5 сил конкуренції;
 - г) загроз появи нових конкурентів.
69. Теорія конкурентних переваг базується на основі формування і розвитку:
- а) цінностей;
 - б) величини капіталу;
 - в) випуску продукції;
 - г) ціни товару.
70. До видів цінностей слід віднести цінності:
- а) якісні, вартісні і ін.;
 - б) матеріальні, грошові, соціальні, культурні, духовні і ін.;
 - в) об'єктивні, суб'єктивні;
 - г) реальні, віртуальні.
71. Виділіть цінності, які повинні бути притаманними (характерними) для менеджера:
- а) фізична сила, спритність, швидкість пересування;
 - б) рівень інтелекту, рівень культури, рівень знань, вміння ставити мету і її реалізувати, здоров'я;
 - в) рівень інтелекту, рівень кваліфікації, фізична сила, вік, здоров'я;
 - г) орієнтація в оточуючому середовищі, рівень знань, вік, здоров'я.
72. Прояв конкурентних переваг персоналу визначається:
- а) фізичними даними;
 - б) оригінальністю поведінки;
 - в) керівництвом фірми;
 - г) внутрішніми і зовнішніми умовами.
73. До спадкових конкурентних переваг менеджера відноситься:
- а) ділові якості;
 - б) емоційність;
 - в) комунікабельність;
 - г) талант.
74. До придбаних конкурентних переваг менеджера слід віднести:
- а) темперамент;
 - б) фізичні дані;
 - в) відношення до праці;
 - г) обдарованість.
75. Методика оцінки конкурентоспроможності персоналу фірми передбачає оцінку:
- а) фізичних даних, темпераменту;
 - б) організованості, комунікабельності;
 - в) ділових якостей, здоров'я;
 - г) всі відповіді правильні.
76. Оцінка конкурентоспроможності товару враховує параметри:
- а) економічні, фінансові;
 - б) економічні, технічні, нормативні;
 - в) ціну, корисний ефект;
 - г) питому ціну, коефіцієнт корисного ефекту.
77. Диференціальний метод оцінки конкурентоспроможності товару оснований на використанні:
- а) одиничних параметрів;
 - б) комплексних показників;
 - в) економічних параметрів;
 - г) цінових параметрів.
78. Виділіть формулу, яка характерна для розрахунку одиничних показників оцінки конкурентоспроможності товару:

$$a) q_i = \frac{P_i}{P_{io}} \cdot 100\% ;$$

$$b) I_{ТП} = \sum_{i=1}^n q_i a_i ;$$

$$c) K = I_{НП} \frac{I_{ТП}}{I_{ЕП}}$$

d) всі формули призначені для розрахунку одиничних показників за різною методикою.

79. Продовжіть правильно твердження: “Інтегральний показник конкурентоспроможності продукції відображає...

- a) повні затрати споживача на придбання і використання продукції”;
- b) різницю між порівняльною продукцією в споживчому ефекті, який приходить на одиницю витрат покупця”;
- c) досягнутий рівень відповідних економічних, технічних чи нормативних параметрів порівняльної продукції”;
- d) параметри, які найбільш сильно відрізняються від базових”.

80. При оцінці конкурентоспроможності продукції по системі 1111-5555 використовується:

- a) технічні характеристики товару;
- b) собівартість товару;
- c) експертна оцінка окремих параметрів;
- d) аналіз фінансово-господарської діяльності фірми.

81. Точність оцінки конкурентоспроможності товару вища:

- a) з врахуванням вагомості факторів;
- b) без врахування вагомості факторів;
- c) незалежна від різних факторів;
- d) всі відповіді правильні.

82. Оцінка конкурентоспроможності товару по системі 1111-5555 передбачає аналіз факторів:

- a) конкурентоспроможності організації, ціни товару, гарантійний термін, строк служби;
- b) інтегральний показник якості, одиничні показники, групові показники;
- c) аналіз зовнішніх умов і можливостей, аналіз сильних і слабких сторін, аналіз загроз і можливостей;
- d) якості товару, ціни товару, якості сервісу, експлуатаційні витрати.

83. Доповніть правильно твердження: “В прийнятті будь-якого рішення мають місце (в різній степені) три моменти: ...”

- a) врівноваження, імпульсивність, ризикованість;
- b) інтуїція, судження, раціональність;
- c) ризикованість, обережність, інертність;
- d) багатоваріантність, альтернативність, обережність.

84. Обережні управлінські рішення характеризуються:

- a) новизною і оригінальністю;
- b) зверх критичним підходом до справи;
- c) імпульсивністю;
- d) ризикованістю.

85. При прийнятті чисто інтуїтивного рішення управлінці спираються на:

- a) власні відчуття того, що їх вибір правильний;
- b) представників вищого ешелону влади;
- c) економічний аналіз, обґрунтування і оптимізацію;
- d) критичний підхід до справи.

86. Забезпечення співставності альтернативних варіантів по фактору часу здійснюється виходячи із посилання, що:
- сьогоднішня гривня дешевша завтрашньої;
 - сьогоднішня гривня дорожча завтрашньої;
 - сьогоднішня і завтрашня гривня одновартісні;
 - всі відповіді вірні.
87. Приведені до майбутнього періоду текучі затрати розраховуються з урахуванням:
- коефіцієнта важності;
 - коефіцієнта дисконтування;
 - коефіцієнта накопичення;
 - коефіцієнта фактору часу.
88. Приведені до текучого часу майбутні затрати слід розраховувати з урахуванням:
- коефіцієнта важності;
 - коефіцієнта дисконтування;
 - коефіцієнта накопичення;
 - коефіцієнта фактору часу.
89. Фактор якості об'єкта проявляється в:
- зниженні річної продуктивності об'єкта;
 - зниженні корисного ефекту об'єкта;
 - рості затрат на експлуатацію і ремонт об'єкта;
 - усі відповіді вірні.
90. Виділіть формулу, за допомогою якої враховується фактор якості об'єкта:
- $Z_n'' = \frac{Z_n}{K_d}$;
 - $Y_n = Y_n \cdot K_k^{a1}$;
 - $K_n = (1 + a)^t$;
 - $K_d = (1 + d)^t$.
91. Виберіть правильне продовження вислову: “Фактор освоєності товару у виробництві враховується у тому випадку, коли ...
- необхідно визначити собівартість або трудомісткість перших серійних зразків продукції до повного її освоєння в серійному виробництві”;
 - необхідно визначити собівартість або трудомісткість серійних зразків продукції після повного її освоєння”;
 - необхідно встановити собівартість або трудомісткість виробу, що планується до впровадження у виробництво”;
 - усі відповіді правильні.

8. ПЕРЕЛІК ПИТАНЬ ПІДСУМКОВОГО КОНТРОЛЮ

1. Поняття конкуренції.
2. Сучасний погляд на конкуренцію.
3. Негативні і позитивні риси конкуренції.
4. Умови виникнення конкуренції.
5. Еволюція теорії конкуренції.
6. Види конкуренції. Функції конкуренції.
7. Концентрація та централізація виробництва і капіталу.
8. Основні типи монополій. Класифікація монополій.
9. Вхідні і вихідні бар'єри існування монополій.
10. Основні показники монопольної влади: індекс Лернера, індекс Херфіндала-Хіршмана.
11. Ринок, структура ринків.
12. Сила конкуренції при різних формах конкурентного ринку.
13. Варіанти зміни конкуренції між фірмами.
14. Фактори, які впливають на конкурентну боротьбу.
15. Оцінка сили конкуренції.
16. Історія фірми. Визначення фірми. Функції фірми.
17. Поле стратегій фірм великого виробництва.
18. Поле стратегій фірм вузької спеціалізації.
19. Поле стратегій фірм місцевого масштабу.
20. Поле стратегій фірм з радикальними нововведеннями
21. Цикл життя фірми.
22. Закон залежності між попитом і ціною (закон попиту).
23. Закон залежності між пропозицією і ціною (закон пропозиції)
24. Закон залежності між пропозицією і попитом.
25. Аналіз конкурентних переваг організації (модель М.Портера).
26. Аналіз стратегічного положення організації і привабливості ринку (модель McKinsey 7S).
27. SWOT – аналіз конкурентоспроможності фірми.
28. Бар'єри і фактори, що впливають на обмеження конкуренції в Україні.
29. Роль держави в розвитку конкуренції.
30. Основні напрямки антимонопольної політики.
31. Система органів Антимонопольного комітету України.
32. Аналіз стану монополізації економіки України.
33. Захист від недобросовісної конкуренції.
34. Поняття конкурентних стратегій фірми.
35. Внутрішньогалузева і міжгалузева конкуренції.
36. Методи відкритої цінової конкуренції.
37. Прихована цінова конкуренції і її методи.
38. Нецінові форми і методи конкуренції.
39. Досконала конкуренція. Недосконала конкуренція та її типи.
40. Методика аналізу конкурентоспроможності персоналу фірми.
41. Аналіз конкурентоспроможності продукції.

42. Економічні, технічні і нормативні показники конкурентоспроможності.
43. Диференціальний і комплексний методи оцінки конкурентоспроможності..
44. Методика оцінки конкурентоспроможності товару по системі 1111 - 5555.
45. Методика аналізу і оцінки конкурентоспроможності організації.
46. Вимоги до якості і ефективності управлінських рішень.
47. Співставність альтернативних варіантів управлінських рішень.
48. Фактори співставлення альтернативних рішень. Фактор часу.
49. Фактори співставлення альтернативних рішень. Фактор якості об'єкту.
50. Фактори співставлення альтернативних рішень. Фактор масштабу.
51. Фактори співставлення альтернативних рішень. Фактор інфляції.

9. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Основна література

1. Виноградський М.Д., Виноградська А.М., шкапова О.М. Менеджмент в організації: Навч. посіб. для студ. екон. спец. Вузів. – К: Кондор. – 2004. – 598 с.
2. Должанський І.З., Загорна Т.О. Конкурентоспроможність підприємства: Навчальний посібник. – К: Центр навчальної літератури. – 2006. – 384 с,
3. Фатхутдинов Р.А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление. – М.: ИНФРА-М. – 2000. – 312 с. – (Серия "Высшее образование").
4. Юданов А.Ю. Конкуренция: теория и практика: Учеб. пособие, 3-е изд. – М.: Гном-Пресс. – 2000.
5. Методичні вказівки до вивчення курсу «Управління конкурентоспроможністю фірми» (програма, тематика курсових робіт, тести) /Стойко І.І./ – Тернопіль: ТДТУ імені Івана Пулюя. – 2006. – 30 с.
6. Методичні вказівки до виконання практичних робіт з курсу «Управління конкурентоспроможністю фірми» /Стойко І.І./ – Тернопіль: ТДТУ імені Івана Пулюя. – 2007. – 25 с.
7. Стойко І.І. Курс лекцій з дисципліни «Управління конкурентоспроможністю» (електронний варіант кафедри)

Додаткова література

8. Кобиляцький Л.С. Управління конкурентоспроможністю. Навчальний посібник. – К: Зовнішня торгівля. – 2003. – 304 с.
9. Котельников Д.І., Задорожна С.М. Управління конкурентоспроможністю. Навчальний посібник. – К: Видавничий Дім «Слово». – 2004. – 168 с.
10. Фатхутдинов Р.А. Конкурентоспособность организации в условиях кризиса: экономика, маркетинг, менеджмент. – М.: Издательско-книготорговый центр "Маркетинг". – 2002. – 892 с.
11. Фурманюк О.Л. Управління конкурентоспроможністю підприємства. – 2004. – 180 с.
12. Кулешова А.Б. Конкуренция в вопросах и ответах. Учебное пособие для вузов. – 2004. – 256 с.
13. Портер М. Международная конкуренция: Пер. с англ. / Под ред. и с предисловием В.Д.Щетинина. – М.: Международные отношения. – 1993.