***Міністерство освіти і науки України***

***Тернопільський національний технічний університет***

***імені Івана Пулюя***

*******Кафедра «Економіки та фінансів»*

***Методичні рекомендації***

*для практичних занять з навчальної дисципліни*

**«Конкурентоспроможність підприємства»**

*для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти*

*усіх форм навчання за освітньо – професійною програмою 076 «Підприємництво, торгівля та біржова справа» галузі знань 07» Управління та адміністрування», спеціальності 076 «Підприємництво та торгівля»*

***Тернопіль – 2023***

Методичні рекомендації для практичних занять з навчальної дисципліни «Конкурентоспроможність підприємства» для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти усіх форм навчання за освітньо – професійною програмою 076 «Підприємництво, торгівля та біржова справа» галузі знань 07» Управління та адміністрування», спеціальності 076 «Підприємництво та торгівля» /Укладач: Артеменко Л. Б. Тернопіль: ТНТУ, 2023. 28 с.

**Укладач:**Артеменко Людмила Борисівна, доцент кафедри економіки

та фінансів, кандидат економічних наук, доцент

**Рецензенти:** Мариненко Наталія Юріївна, професор кафедри економіки

та фінансів ТНТУ, доктор економічних наук, професор

Радинський Сергій Віталійович, доцент кафедри економіки

та фінансів, кандидат економічних наук, доцент

Методичні рекомендації розглянуто та затверджено на засіданні кафедри економіки та фінансів ТНТУ

Протокол № \_1\_ від 31.08.2023р.

Схвалено на засіданні науково-методичної комісії факультету економіки та менеджменту

Протокол № \_\_2\_\_ від 04.09.2023р.

**ЗМІСТ**

АНОТАЦІЯ………………………………………………… 4

Модуль1. Практичне заняття № 1 ……………………… 9

Практичне заняття № 2,3………………………………… 10

Практичне заняття № 4………………………………… 11

Практичне заняття № 5,6………………………………… 12

Практичне заняття № 7,8 ……………………………… 14

Модуль2. Практичне заняття № 9,10………………… 15

Практичне заняття № 11,12 ………………………… 17

Практичне заняття № 13, 14 …………………………… 18

Практичне заняття № 15, 16 ……………………………. 19

Питання підсумкової атестації…………………………… 21

Методи контролю………………………………………… 23

Критерії оцінювання результатів навчання студентів… 24

Рекомендована література………………………………… 26

**АНОТАЦІЯ**

Практика розвитку сучасного бізнесу доводить, що без конкурентоспроможності неможливо забезпечити успіх підприємства в його боротьбі за досягнення провідних ринкових позицій та забезпечення довготривалого ефективного функціонування в динамічному конкурентному середовищі. В перебігу сучасних тенденцій розвитку світового господарства конкурентоспроможність країни є багатовимірним показником стану і перспектив розвитку господарської системи, визначає характер її участі в міжнародному розподілі праці, виступає гарантом економічної безпеки. Вказані обставини зумовлюють актуальність і необхідність вивчення студентами дисципліни «Конкурентоспроможність підприємства». «Конкурентоспроможність підприємства» є синтезуючим курсом, який спирається на навчальний матеріал суміжних навчальних дисциплін теоретично-прикладного характеру, об’єднує цей матеріал в єдиний комплекс економічних знань, на базі яких у бакалаврів формуються цілісні знання щодо конкурентоспроможності підприємства, її складових елементів, їх взаємозв’язку і вагомості, а також набуваються елементарні вміння і навички управління конкурентоспроможністю суб’єктів господарювання.

***Метою вивчення дисципліни***  є – сформувати у студентів уявлення про базові категорії, принципи і методи управління конкурентоспроможністю фірми; формування комплексу теоретичних знань і практичних навичок щодо діагностики та управління конкурентоспроможністю на різних рівнях (товари та послуги, персонал, підприємство, галузь, регіон, країна); оволодіння методичним інструментарієм із ефективного управління конкурентоспроможністю підприємств у сучасних умовах господарювання.

*Практичне заняття* – це активна форма навчального процесу, яка передбачає обговорення здобувачами під керівництвом викладача проблемних питань, участь у дискусіях, вирішення практичних завдань, проблемних ситуацій. На практичних заняттях здобувачі розширюють, поглиблюють і зміцнюють набуті під час лекцій та самостійної роботи знання, накопичують у пам’яті нові факти, положення, вчаться критично мислити, аналізувати реальні ситуації та матеріали. Крім того набувають навиків публічних виступів, ведення полеміки, обстоювання власних поглядів, виробляють вміння користуватися науковою термінологією, поняттями та категоріями.

Відповідно до поставленої мети у ході аудиторних занять вивчення тем дисципліни «Конкурентоспроможність підприємства» здобувачі повинні виконати такі ***завдання:***

* засвоїти термінологічний апарат у сфері конкуренції;
* набути вмінь визначати й оцінювати показники і фактори конкурентоспроможності підприємств різних типів;
* виявити ключові проблеми конкурентоспроможності товарів, послуг, підприємств та галузей національної економіки;
* опанувати методики аналізу форм і методів конкуренції в трансформаційний період національної економіки;
* набути навичок у виборі оптимальних стратегій українських підприємств на вітчизняних та зарубіжних ринках.

Зміст практичних занять визначається навчальною програмою дисципліни та забезпечуються системою навчально-методичних засобів, передбачених для вивчення: підручники, монографічна література, навчальні та методичні посібники, конспекти лекцій викладача, матеріали дистанційного навчання.

Після вивчення дисципліни здобувач повинен **знати:**

* сутність поняття «конкуренція», «конкурентоспроможність підприємства», «конкурентоспроможність продукції»;
* принципи та фактори забезпечення конкурентоспроможності підприємства;
* ключові методи і підходи до формування сильних конкурентних переваг підприємства; джерела і фактори формування конкурентних переваг;
* обґрунтування управлінських рішень щодо забезпечення конкурентоспроможності підприємства та його структурних підрозділів;
* сутність концепції управління конкурентоспроможністю підприємства та специфічні особливості управління нею в організаціях різних типів;
* методи оцінювання конкурентоспроможності підприємства;
* показники, інструменти та концепції управління якістю продукції;
* процеси стандартизація і сертифікація продукції та підприємства;

**вміти:**

* охарактеризувати форми конкуренції та навести приклади;
* здійснювати оцінку факторів, що впливають на зміну рівня КС підприємства;
* діагностувати конкурентне середовище, аналізувати діяльність конкурентів;
* здійснювати аналіз конкурентних переваг, якими володіє підприємство;
* обирати номенклатуру параметрів, базу порівнянь, які використовуються для оцінювання КС, застосовувати моделі та методики оцінювання КС підприємства;
* системно управляти якістю і КС підприємства, обґрунтовувати організаційно-технічні рішення щодо підвищення якості продукції;
* розрахувати основні показники із оцінки КС продукції;
* аналізувати напрями стратегій щодо зростання рівня КС підприємства.
* застосовувати моделі та методики оцінювання конкурентоспроможності підприємства;
* обґрунтовувати організаційно-технічні рішення щодо підвищення якості продукції і продуктивності виробництва.

***Форми роботи здобувачів на практичних заняттях:***

* заслуховування матеріалів, підготовлених за планом заняття;
* дискусійне обговорення незрозумілих і важливих проблем щодо складових елементів конкурентоспроможності; концепціій та меодів її оцінки;
* заслуховування фіксованих виступів з конкретної проблематики;
* виконання поточних тестів;
* підготовка доповідей та презентація на запропоновані теми;
* розв язок задач та ситуаційних вправ, відповідно до тематики заняття;
* виконання ІНДЗ.

*Структура посібника* відповідає основним елементам навчально-методичного комплексу дисципліни та містить:

1. Базові поняття та категорії із кожної теми.
2. Питання для обговорення та творчі завдання.
3. Питання для підсумкової атестації.
4. Методи контролю знань здобувачів.
5. Критерії оцінювання результатів навчання.
6. Рекомендовану літературу.

**Практичні заняття**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| № з/п | **Тема практичного заняття** | Кількість годин | |
| ДФН | ЗФН |
| 1 | Тема 1. Теоретико-методологічні основи конкуренції.  Тема 2. Конкурентоспроможність як характеристика фірми, що функціонує в умовах ринку. | 1  1 | 0,5 |
| 2 | Тема 3. Конкурентне середовище фірми. | 2 | 0,5 |
| 3 | Тема 4. Конкурентна перевага й конкурентні ходи. | 2 | 0,5 |
| 4 | Тема 5. Стратегії конкуренції підприємств. | 2 | 0,5 |
| 5 | Тема 6. Методологічні підходи щодо розробки та оцінки ефективності стратегій конкурентоспроможності. | 2 | 1 |
| 6 | Тема 7. Основи управління якістю продукції. сутність якості продукції, фактори, що впливають на якість продукції. | 2 | 1 |
| 7 | Тема 8. Конкурентоспроможність товару | 2 | 1 |
| 8 | Тема 9. Реалізація програм підвищення конкурентоспроможності. | 2 | 1 |
|  | **Разом** | **16** | **6** |

**ІІ. МОДУЛЬ  1 (Теми №№ 1 – 5)**

***Практичне заняття №1***

**Тема 1. Теоретико - методологічні основи конкуренції**

**Тема 2. Конкурентноспроможність як характеристика фірми, що функціонує в умовах ринку**

**ТЕМА 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ КОНКУРЕНЦІЇ\_\_**

***Базові поняття та категорії:***

Види конкуренції: 1) за методами конкурентної боротьби: ( цінова, нецінова конкуренція); 2) з точки зору конкурентної ситуації в галузі і на ринку: (досконала (чиста), недосконала (монополістична або олігополістична); 3) за ознакою дотримання норм законодавства: (добросовісна, недобросовісна конкуренція), функції конкуренції; класифікаційні ознаки ринків.

***План лекції (навчальні питання):***

1. Сутність конкуренції: предмет, об’єкт дослідження, функції.
2. Види конкуренції. Моделі ринкової економіки.
3. Роль конкуренції в ринковій економіці. Принцип «невидимої руки»

А. Смітта.

4. Поняття несумлінної конкуренції.

***Метою*** практичного заняття є набуття розуміння сутності поняття конкуренція, підходів до трактування поняття конкуренція, формування ринкових ніш підприємств; розуміння особливостей та видів конкурентоспроможності, факторів формування конкурентоспроможності та наукові підходи до управління конкурентоспроможністю.

***Питання для обговорення:***

*1. Як змінювалися погляди на конкуренцію та чому її вважають рушійною силою ринку?*

*2. Які прийоми цінової й нецінової конкуренції використовують фірми?*

*3. Що є спільного та відмінного між ціновою та неціновою конкуренцією?*

*4. Пояснити зв’язок конкуренції і монополії.*

*5. Розвиток конкурентних відносин в Україні.*

***Визначити, правильні чи неправильні твердження:***

*1. Конкуренція – об’єктивний економічний закон розвинутого товарного*

*виробництва, що виражає внутрішньо необхідні, сталі й суттєві зв’язки між відособленими товаровиробниками. (Так, Ні)*

*2. Методи конкурентної боротьби – це передусім поліпшення якості товарів і послуг, швидке оновлення асортименту продукції, дизайн, надання гарантій і післяпродажних послуг, тимчасове зниження цін, умов оплати. (Так, Ні)*

*3. М. Портер сформулював головний принцип конкуренції — принцип «невидимої руки». (Так, Ні)*

*4. «Конкуренція є прагненням якнайкраще задовольнити критеріям доступу до рідкісних благ», – вважає сучасний американський економіст П.Хайне.*

*(Так, Ні)*

*5.За критерієм результативності існує – цінова і нецінова конкуренція. ( Так, Ні)*

*6. Якщо попит перевищує пропозицію, існує дефіцит товарів – вільна конкуренція відсутня. (Так, Ні)*

*7. Монополія породжує конкуренцію, а конкуренція монополію. (Так, Ні)*

**Тема 2. КОНКУРЕНТОСПРМОЖНІСТЬ ЯК ХАРАКТЕРИСТИКА ФІРМИ, ЩО ФУНКЦІОНУЄ В УМОВАХ РИНКУ**

***Базові поняття та категорії:***

Поняття КС підприємства, продукції, галузі, країни; конкурентостійкість, критерії конкурентоспроможності; внутрішні чинники конкурентоспроможності, зовнішні чинники.

***План лекції (навчальні питання):***

1. Поняття конкурентоспроможності підприємства, продукції, галузі, країни.
2. Конкурентостійкість підприємств.
3. Фактори, що впливають на конкурентоспроможність підприємства.

***Питання для обговорення:***

*1. Якими є основні ознаки конкурентоспроможності ринкового суб’єкта?*

*2. Які об’єкти можуть характеризуватися такою властивістю як конкурентоспроможність?*

*3. Які чинники визначають рівень конкурентоспроможності підприємства?*

***Визначити, правильні чи неправильні твердження:***

*1.Конкурентна позиція підприємства являє собою комплексну характеристику підприємства, що відбиває здатність і потенційну можливість підприємства пристосуватися до динамічно мінливих умов конкуренції на ринку, ефективність його господарської діяльності. (Так, Ні)*

*2.* *Конкурентоспроможність відображає майбутні можливості виживання*

*на ринку, а конкурентоздатність відображає сучасне положення підприємства. (Так, Ні)*

*3.* *Фактори конкурентоспроможності це причини, що частково впливають*

*на рівень та характер конкурентоспроможності підприємства, або ж повністю визначають його. (Так, Ні)*

*4.* *Конкурентоспроможність підприємства досягається за рахунок створення конкурентних переваг у порівнянні з іншими підприємствами- конкурентами. (Так, Ні)*

*5.* *Конкурентна позиція підприємства є більш вузьким поняттям, чим конкурентоспроможність підприємства. (Так, Ні)*

*6. Фактори конкурентоспроможності – це причини, що частково впливають на рівень та характер конкурентоспроможності підприємства, або ж повністю визначають його. (Так, Ні)*

*7. Конкурентоспроможність продукції й конкурентоспроможність підприємства не співвідносяться між собою як частина й ціле. (Так, Ні)*

***Практичне заняття № 2***

**Тема 3. Конкурентне середовище фірми**

***Базові поняття та категорії:***

Конкурентне середовище фірми; модель п'яти сил конкуренції Портера та її складові; показники інтенсивності конкурентного середовища.

***План лекції (навчальні питання):***

1. Основні складові конкурентного середовища
2. П’ять сил конкуренції.
3. Державна політика в сфері регулювання конкуренції.

***Метою*** практичного заняття є набуття умінь оцінювання конкурентних сил ринку; сприяння розуміння особливостей державного регулювання конкуренції; навичок проведення діагностики діяльності конкурентів та аналізу профіля конкурентів.

***Питання для обговорення:***

*1.Які складові конкурентного середовища включає модель «П’яти сил конкуренції» М.Портера?*

*2. Які фактори впливають на інтенсивність суперництва між підприємствами (силу конкурентної боротьби)?*

*3. Які методики і показники використовуються для визначення рівня інтенсивності конкуренції на ринку?*

*5. У яких формах реалізується державна політика в сфері регулювання конкуренції?*

*6.Які причини спонукають до державного регулювання конкуренції?*

*7.* *Які існують критерії класифікації конкурентного середовища.*

***Визначити, правильні чи неправильні твердження:***

*1.Внутрішнє середовище — це результат і умови взаємодії великої кількості суб'єктів ринку, що визначає відповідний рівень економічного суперництва і можливість впливу окремих економічних агентів на загальну ринкову ситуацію. (Так, Ні)*

*2.Інтенсивна конкуренція – результат структурних факторів, що взаємодіють один із одним. (Так, Ні)*

*3. За моделями конкуренції на ринку виділяють конкурентне середовище товарів, послуг, інформації, науково-технічних розробок, капіталів, трудових*

*ресурсів. (Так, Ні)*

*4.Ключові фактори успіху – головні визначники фінансового й конкурентного успіху в даній галузі. (Так, Ні)*

*5.* *Конкурентне середовище – ступінь протидії конкурентів в боротьбі за споживачів і нові ринкові ніші. (Так, Ні)*

***Практичне заняття № 3***

 **Тема 4. Конкурентна перевага й конкурентні ходи**

***Базові поняття та категорії:***

Класифікація конкурентних переваг: за джерелами виникнення, за сферою прояву, за джерелом створення та можливістю імітації, за тривалістю дії, за видом ефекту, який отримує фірма від реалізації переваги; властивості конкурентних переваг; система конкурентних стратегій: наступальні, захисні, коопераційні.

***План лекції (навчальні питання):***

1. Формування конкурентної переваги об'єктів, класифікація і типові фактори конкурентних переваг різних об'єктів.
2. Типові стратегії конкуренції. Утримання конкурентних переваг.
3. Поняття конкурентного ходу: наступальні та захисні конкурентні ходи.

***Метою*** практичного заняття є набуття навичок визначення конкурентних переваг організацій різних форм власності; навичок визначення основних джерел формування конкурентних переваг, а також методи управління ними.

***Питання для обговорення:***

*1. Якими властивостями характеризуються конкурентні переваги?*

*2. Які різновиди конкурентних переваг виділяються за критерієм «джерела створення та можливість імітації»?*

*3. Якими є базові принципи формування конкурентної стратегії?*

*4. Який зміст вкладається у поняття «конкурентна стратегія»?*

*5. Який інструментарій використовується у процесі розробки системи конкурентних стратегій?*

*6.* *Які специфічні стадії еволюції пройшли конкурентні переваги протягом XX ст.?*

***Визначити, правильні чи неправильні твердження:***

*1.Використання в процесі виробництва більш дешевих сировини, матеріалів, енергії, робочої сили це конкурентна перевага високого порядку. (Так, Ні)*

*2. Внутрішні конкурентні переваги відтворюють цінність для споживача.*

*(Так, Ні)*

*3. Диференціація забезпечує тривалу і більш прибуткову конкурентну перевагу, коли вона базується на: технічній досконалості; якості виробів; чудовому обслуговуванню клієнтів. (Так, Ні)*

*4.До зовнішніх конкурентних переваг належать: технологія, ефективність виробництва, економія на масштабах виробництва, ефективність менеджменту, ефективні контакти з постачальниками матеріально-технічних ресурсів. . (Так, Ні)*

*5.* *Випуск унікальної продукції, застосування прогресивної технології, залучення висококваліфікованих спеціалістів, хороша репутація фірм це конкурентна перевага високого порядку. (Так, Ні)*

*6. Конкурентоспроможність підприємства не ґрунтується на конкурентних перевагах підприємства. (Так, Ні)*



***Практичне заняття № 4***

**Тема 5. Стратегії конкуренції підприємств**

***Базові поняття та категорії:***

Види стратегій у різних галузях: фрагментованих, новоутворених, занепадаючих, глобальних; за М. Портером: впровадження інновацій, негайного реагування на потреби ринку; стратегії: віолентна, патієнтна, комутантна, експлерентна.

***План лекції (навчальні питання):***

1. Загальні стратегії конкуренції за М. Портером.
2. Стратегії: впровадження нововведень, негайного реагування на потреби ринку.
3. Конкурентні стратегії підприємств: у різних галузях: конкуренції у фрагментованих галузях, в новоутворених галузях, в занепадаючих галузях, в глобальних галузях.
4. Типізація стратегій конкурентоспроможності.

***Метою***практичного заняття є набуття умінь оцінювання рівня конкурентоспроможності підприємства; визначення основних проблем управління конкурентоспроможністю в сучасних умовах.

***Питання для обговорення:***

*1. Які основні фактори впливають на конкурентну стратегію фірми?*

*2. Що являє собою система конкурентних стратегій та які різновиди стратегій вона охоплює?*

***Визначте, правильні чи неправильні твердження та обгрунтуйте їх:***

*1.Стратегії для послідовників – це стратегія переслідувача, двійника, імітатора, пристосуванця. (Так, Ні)*

*2.Стратегія фокусування – це більш глибока диференціація продукції, що випускається підприємством, або досягнення нижчих витрат на сегменті, що обслуговується. (Так, Ні)*

*3.* *Система конкурентних стратегій підприємства – сукупність стратегій, спрямованих на адаптацію підприємства до змін в умовах конкуренції та зміцнення його довгострокової конкурентної позиції на ринку. (Так, Ні)*

*4.Оборонні стратегії – це стратегії для компаній, які займають друге або третє місце після лідера. (Так, Ні)*

*5.Мета наступальної стратегії полягає у зниженні ризику бути атакованим, можливості перенести атаку з найменшими втратами. (Так, Ні)*

*6.* *Стратегічні альянси - довгострокові угоди між фірмами, які виходять за межі звичайних ділових відносин, але не призводять до злиття компаній (Так, Ні)*

*7.* *Стратегія диференціації передбачає використання елементів унікальності у виробництві та збуті продуктів, які мають цінність для споживачів. (Так, Ні)*

**МОДУЛЬ 2 (Теми №№ 6 – 9)**

***Практичне заняття № 5***

**Тема 6. Методологічні підходи щодо розробки та оцінки**

**ефективності стратегій конкурентоспроможності**

***Базові поняття та категорії:***

SWOT- аналіз, метод порівнянь, метод рангів, SPACE- аналіз, GAP – аналіз, LOTS – аналіз, PIMS – аналіз, метод Градова, бенчмаркінг, реінжиніринг, функціонально - вартісний аналіз, коефіцієнт конкурентоспроможності.

***План лекції (навчальні питання):***

1. Методики розробки стратегій конкурентоспроможності підприємства.
2. SWOT- аналіз як інструмент стратегічного управління.
3. Інші підходи та сутність функціонально-вартісного аналізу конкурентоспроможності: за системою 1111-5555, метод порівнянь, метод рангів, LOTS – аналіз, PIMS – аналіз, бенчмаркінг.

***Метою*** практичного заняття є набуття умінь визначати конкурентні стратегії підприємства; визначення рівнів конкурентних стратегій підприємства; набуття навичок адаптації конкурентних стратегій підприємств до особливостей зміни на ринку.

***Питання для обговорення:***

*1. Яким чином класифікуються методи оцінки конкурентоспроможності підприємства за формою представлення результатів оцінки?*

*2. Які методи входять до групи комплексних методів оцінки конкурентоспроможності підприємства?*

*3.* *Які методи входять до групи комплексних методів оцінки конкурентоспроможності підприємства?*

*4.* *Охарактеризуйте складові матриці SWOT-аналізу конкурентних можливостей підприємства. Які недоліки властиві SWOT- аналізу конкурентних можливостей підприємства?*

*5.* *Які чинники конкурентоспроможності враховані у PEST- аналізі? Назвіть позитивні та негативні аспекти використання PESTаналізу в системі управління конкурентоспроможністю підприємства.*

***Визначте, правильні чи неправильні твердження:***

*1. Головною задачею і результатом функціонування системи забезпечення конкурентоспроможності повинно бути збільшення вартості підприємства.*

(Так, Ні)

*2. Бенчмаркінг − діяльність, за допомогою якої підприємство вивчає «кращу» продукцію та маркетинговий процес, що використовується прямими конкурентами, які працюють на ринку, для виявлення можливих способів вдосконалення їх власних методів.* (Так, Ні)

*4. Метод LOTS передбачає детальне, послідовне обговорення ряду проблем бізнесу на різних рівнях і різній мірі складності.* (Так, Ні)

*5. Метод аналізу GAP ліквідує розрив між бажаною й прогнозованою діяльністю підприємства.* (Так, Ні)

*6.Метод PIMS базується на філософії, що будь-яка організація, державне або приватне підприємство повинно прагнути й уміти пристосувати свої дії до вимог споживачів.* (Так, Ні)

*7. Стратегічна група конкурентів – це певна кількість підприємств, які займають близькі позиції на ринку та конкурують між собою на основі різних конкурентних переваг і за різними методами.* (Так, Ні)

*8. Цілями бенчмаркінгу є усвідомлення необхідності змін.* (Так, Ні)

***Практичне заняття № 6***

**Тема 7. Основи управління якістю продукції**

***Базові поняття та категорії:***

Якість продукції, фактори, що впливають на якість продукції, Концепція загального управління якістю (Total Quality Management), методи Г.Тагучі, концепція постійного покращання Кайзен, концепція Будинку якості (Quality House), методологія «шість сигм» (6-S ), концепція підвищення якості по Джозефу М. Джурану, показники якості товару, стандартизація і сертифікація продукції і підприємства, ІSО 9000, менеджмент якості, інструменти підвищення якості продукції.

***План лекції (навчальні питання):***

1. Концепція загального управління якістю. Зарубіжний досвід управління якістю продукції.
2. Показники якості товару.
3. Сутність управління та способи забезпечення якості.
4. Стандартизація і сертифікація продукції і підприємства.
5. Організація контролю якості продукції.
6. Інструменти підвищення якості продукції: концепція загального управління якістю (Total Quality Management), методи Г.Тагучі, концепція постійного покращання Кайзен (KAIZEN), концепція Будинку якості (Quality House).

***Метою*** практичного заняття є набуття навичок оцінювання якості продукції та інструментів її підвищення.

***Питання для обговорення:***

*1*. *Що таке якість продукції?*

*2. Які існують методи визначення показників якості продукції?*

*3. Як класифікують показники якості товару за способом вираження?*

*4. На яких принципах побудована система стандартів ISO ?*

*5.* *Яким чином пов’язані конкурентоспроможність підприємства та рівень якості продукції, що ним виробляється?*

***Визначте, правильні чи неправильні твердження:***

*1. Стандартизація – це систематичний і незалежний аналіз, що дозволяє визначити відповідність діяльності і результатів в області якості запланованим заходам, а також ефективність впровадження заходів і їх придатність для досягнення поставлених цілей.* *(Так, Ні)*

*2. TQM - це модель управління компанією, яка означає підхід, націлений на якість, заснований на участі всіх її членів і спрямований на досягнення довгострокового успіху шляхом задоволення вимог споживача і вигоди для співробітників і суспільства. (Так, Ні)*

*3. Сертифікація не сприяє запобіганню появи на ринку екологічно небезпечної і недоброякісної продукції. (Так, Ні)*

*4. Японська школа менеджменту основний пріоритет традиційно віддає керуванню якістю. (Так, Ні)*

*5. Відповідно до ДСТУ ISO 9000–2001 «Системи управління якістю. Основні положення та словник» прийнято таке визначення поняття якості: якість – сукупність властивостей і характеристик продукції або послуги, які додають їм здатність задовольняти обумовлені або передбачувані потреби. (Так, Ні)*

*6. Ідеологія TQM ґрунтується на принципі: процесу поліпшення немає меж. (Так, Ні)*

*7. Результатом сертифікації є свідоцтво про відповідність, що має встановлену форму. (Так, Ні)*

*8.Стандарт — нормативний документ, що встановлює технічні вимоги, яким мають відповідати виріб, процес чи послуга. (Так, Ні)*

*9.* *Японська школа менеджменту основний пріоритет традиційно віддає керуванню якістю. (Так, Ні)*

*10.* *Причиною, що стримує поширення загальновизнаних в усьому світі сертифікатів на відповідність стандарту ISO 9001 серед українських підприємств, є незначне зростання обсягів виробництва в більшості галузей*

*народного господарства, слабкий платоспроможний попит на продукцію взагалі. (Так, Ні)*

***Практичне заняття № 7***



**Тема 8. Конкурентоспроможність товару.**

**Методики оцінки конкурентоспроможності продукції**

***Базові поняття та категорії:***

Конкурентоспроможність товару, корисний ефект товару, споживчі властивості, ціна споживання, методи оцінки конкурентоспроможності товару.

***План лекції (навчальні питання):***

1. Методики оцінки конкурентоспроможності продукції, принципи оцінки рівня конкурентоспроможності підприємства.
2. Основні етапи оцінки конкурентоспроможності.
3. Методи оцінки конкурентоспроможності продукції.

***Метою*** практичного заняття є набуття навичок оцінювання конкурентоспроможності товарів і послуг.

***Питання для обговорення:***

*1. Що таке корисний ефект товару?*

*2. Які методичні аспекти оцінки конкурентоспроможності товару?*

*3. Що складає ціну споживання?*

*4. Як визначають мету дослідження конкурентоспроможності товару?*

*5.Порівняйте критеріальні підходи в різних методах оцінки конкурентоспроможності продукції.*

*6. Як здійснюється вибір бази порівняння для оцінювання конкурентоспроможності продукції?*

***Визначте, правильні чи неправильні твердження:***

*1.Конкурентоспроможність товару − це перевага у порівнянні з яким-небудь іншим товаром при вирішенні потенційним покупцем його проблем. (Так, Ні)*

*2. Показники конкурентоспроможності – це сукупність системних критеріїв кількісної оцінки рівня конкурентоспроможності товару, які базуються на параметрах конкурентоспроможності. (Так, Ні)*

*3. Недоліком інтегрального показника конкурентоспроможності є ранжування конкурентної позицію тільки по одному значенню. (Так, Ні)*

*4. Конкурентоспроможність продукції не є порівняльною, а отже, не відносною, а абсолютною, тому що вона не може бути оцінена тільки шляхом порівняння характеристик продукції підприємств-конкурентів однієї галузі. (Так, Ні)*

*5.* *Що вища різниця між споживчою цінністю товару для покупця і ціною, які він за нього платить, то нижчий запас конкурентоспроможності товару. (Так, Ні)*

***Практичне заняття № 8***



**Тема 9. Реалізація програм підвищення**

**конкурентоспроможності**

***Базові поняття та категорії:***

***План лекції (навчальні питання):***

1. Основні принципи і критерії конкурентоспроможності підприємства.
2. Огляд методичних підходів щодо оцінки конкурентних позицій фірми.
3. Концепція розробки та забезпечення реалізації програми підвищення конкурентоспроможності підприємства.
4. Напрями формування економічного механізму підвищення конкурентоспроможності підприємства.

**Метою** практичного заняття є набуття навичок розробки та впровадження заходів підвищення конкурентоспроможності підприємства

***Питання для обговорення:***

1. *Що являє собою програма підвищення конкурентоспроможності?*
2. *Які загальні дії охоплює процес розробки та реалізації програми підвищення конкурентоспроможності підприємства?*
3. *У чому полягає специфіка вітчизняного підходу до забезпечення конкурентоспроможності національної економіки?*
4. *Яким є міжнародний досвід реалізації різноманітних програм, спрямованих на покращення ринкового положення конкретних підприємств,розв’язання їх внутрішніх проблем та формування стійких конкурентних позицій?*

***Визначте, правильні чи неправильні твердження:***

1.*Планування конкурентоспроможності підприємства – це процес, що триває упродовж всього часу існування підприємства, відбувається у всіх його підрозділах, з метою підвищення його конкурентоспроможності. (Так, Ні)*

*2.* *Для підприємства, що діє в стабільних умовах, подальше вивчення зовнішнього середовища представляється недоцільним, для пристосування до*

*ринкових умов досить використання інструментів маркетингу. (Так, Ні)*

*3.Учасниками програми підвищення конкурентоспроможності не можуть виступати: постачальник, консультант, банк. (Так, Ні)*

*4.Підвищення конкурентоспроможності не являє собою процес змін, які потрібно мотивувати, стимулювати і генерувати. (Так, Ні)*

*5.* *Поширеною та часто застосовуваною складовою програми підвищення конкурентоспроможності є програма підвищення якості. (Так, Ні)*

**Ситуаційні вправи**

1.У минулому десятиріччі певна частка українських підприємств –операторів внутрішнього ринку будівельних матеріалів, маючи потужні зв’язки із західними виробниками, впроваджували стиль управління конкурентоспроможністю, який можна визначити як управління за принципом «вимикача», або ж за принципом «є проблема – вирішуємо її». Отже, він полягав у дискретному використанні стратегії як інструменту управління конкурентоспроможністю підприємства. Визначте й обґрунтуйте, чи є виправданими та ефективними дії керівництва цих підприємств стосовно дискретного (у разі потреби) використання стратегії конкурентоспроможності. Оцініть із позицій стратегічного управління, як вони можуть вплинути на рівень конкурентоспроможності цих підприємств.

2.У стратегії забезпечення конкурентоспроможності підприємства, яке функціонує на висококонкурентному ринку, вищий управлінський персонал визначив головну ціль, яка полягала у зростанні доходності (прибутковості) бізнесу на 25 % протягом двох поточних років. Інші критерії конкурентоспроможності були визначені як другорядні. Оцініть ситуацію і поясніть, чи згодні ви з таким рішенням керівництва підприємства. Чи відповідає вибраний критерій конкурентоспроможності принципу реалістичності стратегії підприємства на даному ринку? Дія яких інших чинників конкуренції на цьому ринку може спричинити негативні наслідки такого управлінського рішення?

**ІІІ. ПИТАННЯ ПІДСУМКОВОЇ АТЕСТАЦІЇ**

1. Конкуренція: сутність і види.

2. Еволюція поглядів на конкуренцію. Позитивні та негативні наслідки конкуренції.

3. Основні ознаки конкурентоспроможності.

4. Порівняльна характеристика основних ринкових структур.

5. Зв’язок конкуренції і монополії.

6. Прийоми цінової та нецінової конкуренції.

7. Конкурентні переваги, їх сутність та механізм формування.

8. Аналіз конкурентних сил, які впливають на ринок, за моделлю Портера.

9. Основні складові конкурентного середовища.

10. Загроза появи в галузі нових конкурентів (бар’єри входу та виходу) за моделлю Портера.

11. Економічні можливості та торгові здібності постачальників за моделлю Портера.

12. Економічні можливості та торгові здібності покупців за моделлю Портера.

13. Державна політика в сфері регулювання конкуренції.

14. Антимонопольний комітет України та його основні завдання.

15. Критерії типологізації конкурентів.

16. Чинники конкурентної переваги та їх класифікація.

17. Властивості конкурентних переваг.

18. Порівняльний та відносний характер конкурентних переваг.

19. Сфери формування та реалізації конкурентних переваг.

20. Види та джерела формування конкурентних переваг.

21. Стратегії формування конкурентних переваг.

22. Стратегія забезпечення конкурентоспроможності підприємства.

23. Стратегія контролю над витратами («лідирування на основі зниження витрат (цін)»).

24. Стратегія диференціації.

25. Стратегія фокусування.

26. Використання наступальних стратегій для збереження конкурентних переваг.

27. Оборонні (захисні) конкурентні стратегії.

28. Коопераційні конкурентні стратегії.

29. Конкурентні стратегії інноваційного характеру.

30. Чинники конкурентоспроможності товару.

31. Методи оцінки конкурентоспроможності продукції.

32. Якість товару – основний чинник забезпечення його конкурентоспроможності.

33. Основні підходи до управління конкурентоспроможністю товару.

34. Методи оцінки рівня конкурентоспроможності підприємства.

35. Класифікація методів оцінки конкурентоспроможності за формою представлення результатів оцінки.

36. Основні засоби підвищення конкурентоспроможності підприємства.

37. Специфіка вітчизняного підходу до забезпечення конкурентоспроможності.

38. Комплексний метод оцінки конкурентоспроможності продукції.

39. Графічний метод оцінки конкурентоспроможності продукції.

40. Матричні методи оцінки конкурентоспроможності підприємства.

41. Методи оцінки конкурентного положення підприємства на ринку:SWOT-аналіз.

42. Методи оцінки конкурентного положення підприємства на ринку: Метод аналізу GAP.

43. Методи оцінки конкурентного положення підприємства на ринку: Метод PIMS.

44. Методи оцінки конкурентного положення підприємства на ринку: Метод .SPACE –аналіз.

45. Табличний метод оцінки рівня конкурентоспроможності підприємства.

46. Розрахункові методи оцінки конкурентоспроможності підприємства.

47. Стратегія конкуренції у фрагментованих та в новоутворених галузях.

48. Методи оцінки конкурентоспроможності підприємства: Метод різниць.

49. Методи оцінки конкурентоспроможності підприємства: Метод рангів.

50. Методи оцінки конкурентоспроможності підприємства: Метод балів.

51. Комплексні методи оцінки конкурентоспроможності підприємства.

52. Метод, заснований на теорії ефективної конкуренції.

53. Сутність якості продукції. Фактори, що впливають на якість продукції.

54. Концепція загального управління якістю. Зарубіжний досвід управління якістю продукції.

55. Показники якості товару

56. Організація контролю якості продукції.

57. Інструменти підвищення якості продукції.

58. Метод визначення конкурентоспроможності підприємства – бенчмаркінг.

**ІV. МЕТОДИ КОНТРОЛЮ**

Контроль успішності здійснюється у формі поточного, модульного та підсумкового.

І. ***Поточний контроль*** проводиться викладачами у ході аудиторних занять. Основне – перевірка рівня підготовки здобувачів за визначеною темою. Основна мета – забезпечення зворотного зв’язку між викладачами та здобувачами, управління їх навчальною мотивацією. Поточний контроль може проводитися у формі усного опитування, письмового експрес-контролю, виступів студентів при обговоренні теоретичних, творчих питань, а також у формі комп’ютерного тестування. Результати поточного контролю (поточна успішність) є основною інформацією для визначення підсумкової оцінки з дисципліни при рубіжному модульному контролі.

ІІ. ***Модульний контроль*** проводиться на підставі оцінювання знань здобувачів після вивчення матеріалу з логічно завершеної частини дисципліни у вигляді тестового опитування з метою засвоєння певного матеріалу, вміння вирішувати конкретні ситуативні задачі, самостійно опрацьовувати матеріали, здатності осмислювати зміст даної дисципліни. Рубіжний модульний контроль є необхідним елементом модульно -рейтингової технології навчального процесу.

ІІІ. ***Семестровий (підсумковий) контроль*** проводиться у формі іспиту – форма підсумкового контролю, яка передбачає перевірку розуміння здобувачем теоретичного та практичного програмного матеріалу з усієї дисципліни та вміння синтезувати отримані знання. Підсумковий контроль здійснюється за екзаменаційними білетами в письмовій чи дистанційній формі. Отримані під час вимірювань різними методами оцінки, бали з дисципліни складають сумарну комплексну оцінку.

Робочою програмою передбачено здачу 2 модулів. Розподіл балів проводиться наступним чином, згідно структури даної дисципліни за модульною системою:

• максимальна кількість балів за проходження 2 модулів – **75 балів;**

• максимальна кількість балів за перший модуль – **35** (20 балів винесено на поточну роботу студента по засвоєнню навчального модуля під час практичних занять; 15 балів винесено на проходження тестування по засвоєнню лекційного матеріалу); успішною є проходження модуля, якщо студент(ка) набрав(ла) не менше 60% балів, тобто не менше 21 бала;

• максимальна кількість балів за другий модуль – **40** (20 балів винесено на поточну роботу по засвоєнню навчального модуля під час практичних занять; 20 балів винесено на проходження тестування по засвоєнню лекційного матеріалу); успішною є проходження модуля, якщо здобувач набрав(ла) не менше 60% балів, тобто не менше 24 бали;

• максимальна кількість балів, отриманих при здачі екзамену – **25** балів.

**V. КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ ЗДОБУВАЧІВ**

Відповідність шкал оцінювання університету, національної шкали та шкали

ЄКТС

**Шкала оцінювання: національна та ECTS**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Сума балів за всі види навчальної діяльності | Оцінка ECTS | Оцінка за національною шкалою | |
| для екзамену, курсової роботи | для заліку |
| 90 – 100 | А | відмінно | зараховано |
| 82 – 89 | В | добре |
| 75 – 81 | С |
| 64 – 73 | D | задовільно |
| 60 – 63 | Е |
| 35 – 59 | FX | незадовільно з можливістю повторного складання | не зараховано з можливістю повторного складання |

Форма підсумкового семестрового контролю – **екзамен**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Модуль 1** | | | | **Модуль 2** | | | Підсумковий контроль | | **Разом з дисципліни** |
| Аудиторна та самостійна робота | | | | Аудиторна та самостійна робота | | |
| Теоретичний курс  (тестування) | Практична робота | | Теоретичний курс  (тестування) | | Практична робота | |
| **15** | **20** | | **20** | | **20** | | **25** | | **100** |
| № лекції | Вид робіт | Бал | № лекції | | Вид робіт | Бал | Теоретичний курс | 15 |  |
| Лекція 1 - 5 | Пр. зан.№1 | 5 | Лекція 6 - 9 | | Пр. зан.  №5 | 5 |
| Пр. зан.  №6 | 5 | Практичне завдання | 10 |
| Пр. зан.№2 | 5 | Пр. зан.  №7 | 5 |
| Пр. зан.№3 | 5 | Пр. зан.  №8 | 5 |  | |
| Пр. зан.№4 | 5 |

**VІ. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА**

**Навчально-методичне забезпечення**

1. Конспект лекцій з навчальної дисципліни Конкурентоспроможність підприємства» для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти усіх форм навчання за освітньо-професійною програмою «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» галузі знань 07 «Управління та адміністрування», спеціальності 076 «Підприємництво та торгівля» / Укладач: Л.Б. Артеменко Тернопіль. ТНТУ. 2023. 118 с.
2. Методичні рекомендації для самостійної роботи з навчальної дисципліни «Конкурентоспроможність підприємства» для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти для усіх форм навчання за освітньо – професійною програмою 076 «Підприємництво, торгівля та біржова справа» галузі знань 07 «Управління та адміністрування», спеціальності 076 «Підприємництво та торгівля» / Укладач: Артеменко Л. Б. Тернопіль: ТНТУ, 2023. 44с.
3. Методичні рекомендації для проведення практичних занять з навчальної дисципліни «Конкурентоспроможність підприємства» для здобувачів перщого (бакалаврського) рівня вищої освіти усіх форм навчання галузь знань 07 «Управління та адміністрування» спеціальності: 076 «Підприємництво та торгівля» /Укладач: Артеменко Л. Б. Тернопіль: ТНТУ, 2023. 28 с.

**Базова література**

1. Конкурентоспроможність підприємства: підручник / П. І. Юхименко, М. В. Вихор, Ю. С. Гринчук, Н. В. Коваль, Л. П. Хахула, О. І. Шемігон та ін.; за заг. ред. д. е. н., професора, академіка НААН України А. С. Даниленка. Київ: Центр учбової літератури, 2020. 320 с.
2. Управління конкурентоспроможністю підприємств: підручник / П’ятницька Г.Т., П’ятницька Н.О., Шумська С.С., Федорченко Н.В., Гелич А.О., П’ятницький Д.В. За заг. ред. д-р. екон. наук., проф. Г.Т. П’ятницької. К.: Видавничий дім «Кондор», 2017. 700 с.
3. Цибульська, Е.І.. Конкурентоспроможність підприємства : навч. посіб. / Е. І. Цибульська ; Нар. укр. акад. Харків : Вид-во НУА, 2018. 320 с.
4. Теоретичні, методологічні та практичні аспекти конкурентоспроможності підприємств: монографія / за загальною редакцією професора О.Г. Янкового. Одеса: Атлант, 2017. 514 с.
5. Конкурентоспроможність підприємства: навчальний посібник / І.А. Дмитрієв, І.М. Кирчата, О.М. Шершенюк. Х.: ФОП Бровін О.В., 2020. 340 с.
6. Формування конкурентної стратегії підприємств на засадах інноваційно-спрямованого інвестування: монографія/ [В. В. Прохорова, В. М. Проценко, В. І. Чобіток]; Укр. інж.-пед. акад.. Херсон: Вид. Грінь Д. С., 2016. 288 с.
7. Лупак Р. Л. Конкурентоспроможність підприємства : навч. посіб. / Р. Л. Лупак, Т. Г. Васильців. Львів : Видавництво ЛКА, 2016. 484 с.
8. Конкурентоспроможність підприємства: оцінка рівня та напрями підвищення : монографія / за заг. ред. О.Г. Янкового. Одеса : Атлант, 2013. 440с.
9. Балабанова Л.В. Управління конкурентоспроможністю підприємства : навч. посіб. / Л.В. Балабанова, Г.В. Кривенко, І.В. Балабанова. К. : ВД «Професіонал», 2019. 256 с.
10. Білоцерківець В.В., Завгородня О.О. Управління міжнародною конкурентоспроможністю та зовнішньоекономічною діяльністю. Ч. 1: Конспект лекцій з дисципліни для студентів. Д.: НМетАУ, 2019. 49 с.
11. Іванов Ю.Б. Конкурентні переваги підприємства: оцінка, формування та розвиток : монографія. Харків : ВД «ІНЖЕК», 2018. 352 с.

**Додаткова**

1. І.Л. Литовченко, В.П. Пилипчук. Інтернет-маркетинг : навчальний посібник. К.: Центр учбової літератури, 2017. 184 с.
2. Підприємництво, торгівля та біржова діяльність: підручник / за заг. ред. д.е.н., проф. І. М. Сотник, д.е.н., проф. Л. М. Таранюка. Суми: ВТД «Університетська книга», 2018. 572 с.
3. Управління конкурентною стійкістю підприємств/ В. В.Прохорова, С. П. Кобець; Укр. інж.-пед. акад.. Харків: УІПА. 2016. 198 с.
4. Соціальне підприємництво. Бізнес-модель. Реєстрація. Оподаткування / Л. Долуда, В. Назарук, Ю. Кірсанова К.: ТОВ «Агентство «Україна», 2017. 92 с.
5. Біржова діяльність і підприємництво: навчальний посібник / М.М. Ільчук, Н.П. Резнік; МОН України, НУБіП України. Біла Церква: Білоцерківдрук, 2018. 318 с.
6. Конащук В. Л. Вплив якості продукції на конкурентоспроможність. <URL:http://www.zgia.zp.ua/gazeta/evzdia_8_115.pdf>
7. Зайцева Л.О. Конкурентоспроможність підприємств: теоретичний аспект управління: монографія. Старобільск: ДЗ ЛНУ імені Т. Шевченка, 2018. 235 с.
8. Управління міжнародною конкурентоспроможністю: навчальний посібник у структурно-логічних схемах. Т. В. Андросова, Л. О. Чернишова. Х.: ХДУХТ, 2019. 202 с.
9. Загорна Т.О. Інноваційні орієнтири в управлінні конкурентоспроможністю підприємства: монографія «Маркетинг. Менеджмент. Інновації»/За заг. ред. д.е.н., проф. С.М. Іллященка.- Суми: ТОВ «ТД Папірус», 2010. 378с.
10. Формування конкурентної стратегії підприємств на засадах інноваційно-спрямованого інвестування: монографія/ [В. В. Прохорова, В. М. Проценко, В. І. Чобіток]; Укр. інж.-пед. акад.. Херсон: Вид. Грінь Д. С., 2016. 288 с.
11. Підприємництво, торгівля та біржова діяльність: підручник / за заг. ред. д.е.н., проф. І. М. Сотник, д.е.н., проф. Л. М. Таранюка. Суми: ВТД «Університетська книга», 2018. 572 с.
12. Основи бізнесу: навчальний посібник / Н.В. Доброва, М.М. Осипова. Одеса: «Апрель», 2018. 304 с.

**Інформаційні ресурси**

Сторінка курсу в A-Tutor (ID: 2113). URL: <https://dl.tntu.edu.ua/index.php>

1. Офіційний сайт урядового порталу Кабінету Міністрів України. ULR: <http://www.kmu.gov.ua>.
2. Офіційний сайт Національного банку України. ULR: <http://www.bank.gov.ua>.
3. Офіційний сайт Міністерства економіки України ULR: http://www.me.gov.ua.
4. Офіційний сайт Міністерства фінансів України ULR: <http://www.minfin.gov.ua>.
5. Офіційний сайт Державного комітету статистики ULR: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
6. Офіційний сайт національної бібліотеки України ім. В.І. Вернадського ULR: <http://www.nbuv.gov.ua>.
7. Офіційний сайт наукової бібліотеки ім. М. Максимовича ULR: <http://www.lib-gw.univ.kiev.ua>.
8. Офіційний сайт електронної бібліотеки ULR: <http://www.lib.com.ua>.
9. Харківська державна наукова бібліотека ім. Короленка <http://korolenko.kharkov.com>.
10. Закон України «Про захист від недобросовісної конкуренції» від 7 липня 1996 р. ULR: http //www.rada.gov.ua
11. Закон України «Про захист економічної конкуренції» від 1 січня 2001р. №2210.ULR: http//www.rada.gov.ua
12. Урядовий портал. ULR: <http://www.kmu.gov.ua/control/>