

Міністерство освіти і науки України
Національний університет водного господарства та
природокористування
Кафедра трудових ресурсів і підприємництва

06-05-148М

МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ

до самостійного вивчення та виконання практичних завдань з
навчальної дисципліни «Конкурентоспроможність бізнесу»
для здобувачів вищої освіти першого (бакалаврського) рівня
за освітньо-професійною програмою «Бізнес-аналітика»
спеціальності 051 «Економіка» денної та заочної форм навчання

Рекомендовано
науково-методичною радою
з якості ННІЕМ
Протокол № 5
від 24 січня 2025 р.

Рівне – 2025

Методичні вказівки до самостійного вивчення та виконання практичних завдань з навчальної дисципліни «Конкурентоспроможність бізнесу» для здобувачів вищої освіти першого (бакалаврського) рівня за освітньо-професійною програмою «Бізнес-аналітика» спеціальності 051 «Економіка» денної та заочної форм навчання [Електронне видання] / Мазур Н. О. – Рівне : НУВГП, 2025. – 33 с.

Укладач: Мазур Н. О., к.е.н., доцент кафедри трудових ресурсів і підприємництва.

Відповідальна за випуск: Міщук Г. Ю., д.е.н., завідувач кафедри трудових ресурсів і підприємництва.

Керівник (гарант) ОП: Рощик І. А., к.е.н., доцент кафедри трудових ресурсів і підприємництва.

ЗМІСТ

1. Загальні положення	3
2. Тематичний зміст дисципліни. Питання та завдання за темами	4
3. Рекомендована література	31

© Н. О. Мазур, 2025

© НУВГП, 2025

1. ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ

Для сучасного фахівця з економіки необхідним є набуття теоретичних знань і практичних навичок щодо можливостей ефективного використання усіх видів потенціалу конкретного суб'єкта господарювання з метою забезпечення його конкурентоспроможності за різних типів ринкових відносин.

Навчальна дисципліна «Конкурентоспроможність бізнесу» належить до циклу професійної підготовки і зорієнтована на формування у здобувачів вищої освіти теоретичних знань і прикладних навичок ефективного ведення бізнес-діяльності, здатності системно аналізувати бізнес для обґрунтування управлінських рішень та стратегії його розвитку в аспекті оцінювання та забезпечення конкурентоспроможності бізнесу на основі використання його ресурсного потенціалу та формування суб'єктами господарювання різного роду конкурентних переваг.

Метою вивчення дисципліни є формування системи знань, спрямованих на аналіз та підвищення ефективності використання усіх видів ресурсів суб'єктів бізнесу, умінь і навичок поліпшення якісних показників роботи суб'єктів господарювання з метою досягнення власних цілей в умовах протидії конкурентів.

Основні завдання: здобуття студентами стійких сучасних знань з теорії конкурентоспроможності бізнесу, формування у них навичок і вмінь самостійно аналізувати стан конкурентоспроможності об'єктів різних рівнів ієрархії та розробляти науково-практичні рекомендації щодо її підвищення.

Ключові слова: конкуренція, конкурентоспроможність, конкурентні переваги, конкурентний статус, конкурентна стратегія.

Методичні вказівки до самостійного вивчення та виконання практичних завдань з навчальної дисципліни «Конкурентоспроможність бізнесу» складено відповідно до освітньо-професійної програми підготовки бакалаврів за освітньою програмою «Бізнес-аналітика» за спеціальністю 051 Економіка. Вимоги до знань, компетенцій та результатів навчання здобувачів вищої освіти визначено галузевими стандартами вищої освіти України.

Програмний матеріал теоретичного курсу рекомендується вивчати в порядку, передбаченому методичними вказівками.

2. ТЕМАТИЧНИЙ ЗМІСТ ДИСЦИПЛІНИ. ПИТАННЯ ТА ЗАВДАННЯ ЗА ТЕМАМИ

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1 ОСНОВНІ ПОНЯТТЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ. КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ТОВАРУ

Тема 1. Поняття і види конкуренції

Поняття конкуренції. Форми і види конкуренції. Види ринкових структур. Наслідки конкуренції. Поняття недобросовісної конкуренції.

Питання для самоконтролю

- Як Ви розумієте поняття «конкуренція»? Наведіть приклади конкуренції у різних сферах соціального життя. Чи існує конкуренція у природі? Обґрунтуйте відповідь, використовуючи реальні приклади.
- Що, на Вашу думку, є економічною причиною виникнення конкуренції в суспільстві? Обґрунтуйте відповідь.
- У чому полягає принцип «невидимої руки» А. Сміта?
- Як розуміють поняття «конкуренція» в економіці?
- Назвіть п'ять основних сил, які впливають на конкуренцію, за підходом М. Портера. Поясніть, у чому полягає вплив кожної з цих сил на можливості підприємства у конкурентній боротьбі.
- У чому полягає особливість конкуренції продавців і конкуренції покупців?
- В чому відмінність між предметною, видовою та функціональною конкуренцією? Наведіть конкретні приклади.
- Назвіть основні види ринкових структур. Які ознаки характерні для досконалої (як ще називають цей вид ринкової структури?) і недосконалої конкуренції?

- У яких формах може проявлятися недосконала конкуренція? Охарактеризуйте кожен з цих типів ринкових структур та наведіть конкретні приклади.
- Охарактеризуйте такі види ринкових структур, як монополія і монопсонія. Який, на Вашу думку, тип недосконалої конкуренції може найшвидше перетворитися у монополію і за яких умов? Обґрунтуйте відповідь.
- У чому полягає цінова і нецінова конкуренція на ринку? У яких випадках суб'єкти бізнесу вдаються до кожної з цих форм конкурентної боротьби?
- Назвіть можливі позитивні та негативні наслідки конкуренції. Обґрунтуйте відповідь.
- Як Ви розумієте поняття «недобросовісна конкуренція»? Як недобросовісну конкуренцію трактує вітчизняне законодавство?

Тести для самоконтролю

- 1.1. Вперше на теоретичному рівні модель досконалої конкуренції обґрунтував:
 - а) М. Портер;
 - б) А. Сміт;
 - в) Ф. Герцберг;
 - г) С. Струмлін;
 - д) Арістотель.
- 1.2. Виникає там, де необхідна широка диференціація товару, пов'язана або з його властивостями (якість, торгова марка, дизайн, упакування), або з особливими смаками споживачів:
 - а) монополістична конкуренція;
 - б) чиста конкуренція;
 - в) олігополістична конкуренція;
 - г) ідеальна конкуренція;
 - д) монопсонія.
- 1.3. До позитивних наслідків конкуренції належить:
 - а) витіснення з ринку дрібних товаровиробників;
 - б) підвищення якості продукції та послуг;
 - в) дефіцит товарів;

- г) зниження цін на товари та підвищення добробуту населення;
- д) підвищення цін на товари та зниження рівня життя населення.

➤ 1.4. Згідно з чинним вітчизняним законодавством «будь-які дії у конкуренції, що суперечать правилам, торговим та іншим чесним звичаям у підприємницькій діяльності» вважаються:

- а) монополією;
- б) чистою конкуренцією;
- в) недобросовісною конкуренцією;
- г) нецінковою конкуренцією;
- д) неповною конкуренцією.

➤ 1.5. Для олігополістичної конкуренції можливі такі типові варіанти поведінки учасників:

- а) входження на ринок нових товаровиробників блоковано;
- б) одна з фірм є лідером, що контролює значну частину ринку, визначає ціну, а інші змушені сприймати цю ціну як задану;
- в) продукція однорідна і не має близьких замінників, тобто товар повністю унікальний;
- г) жоден з продавців чи покупців не може змінити ситуацію на ринку;
- д) компанії мають приблизно однакову вагу в галузі й жодна з них не може ігнорувати реакцію інших.

Практичні вправи та завдання

➤ 1.1. Охарактеризуйте кожен із наведених в таблиці видів ринкових структур, позначивши характерні для нього риси або приклади товарних ринків. Дайте необхідні пояснення.

Ознаки / приклади ринків	Види ринкових структур			
	Досконала конкуренція	Монопольстична конкуренція	Олігопольстична конкуренція	Монополія
• товар схожий, але не ідентичний				
• велика кількість продавців				
• ідентичний, взаємозамінний товар				
• кожен виробник (продавець) здатен суттєво впливати на ціну реалізації товару				
• декілька (невелика кількість) великих виробників (продавців)				
• поширення брендів				
• велика кількість дрібних виробників				
• вільне входження на ринок				
• велика кількість покупців				
• жоден з продавців чи покупців не може відчутно вплинути на ціну чи обсяги реалізації				
• реалізація парфумерних виробів				
• один виробник (продавець) товару				
• метрополітен				
• загроза невиправданих грошових витрат покупців				
• унікальний товар				
• один покупець товару				
• вхід на ринок для нових виробників неможливий				
• всі суб'єкти ринку володіють однаковою інформацією				
• авіаційна промисловість				
• наявність на ринку цінового лідера				

Завдання для самостійної роботи

- 1.1. Наведіть приклади використання методів недобросовісної конкуренції в Україні та в світі.

Тема 2. Поняття і види конкурентоспроможності

Поняття конкурентоспроможності. Конкурентні переваги. Види конкурентоспроможності. Основні суб'єкти оцінювання конкурентоспроможності.

Питання для самоконтролю

- Як Ви розумієте поняття «конкурентоспроможність»? Чи існує взаємозв'язок між поняттями «конкурентоспроможність» і «конкуренція»? Обґрунтуйте відповідь.
- Що таке «конкурентні переваги»? У чому полягає сутність внутрішніх та зовнішніх конкурентних переваг? Наведіть приклади.
- Назвіть основні об'єкти конкурентоспроможності. Які види конкурентоспроможності розрізняють залежно від її об'єкта?
- Хто може бути суб'єктом оцінювання конкурентоспроможності? Що саме, на Вашу думку, буде оцінювати кожен із суб'єктів для конкретного об'єкта конкурентоспроможності? Обґрунтуйте відповідь.

Тести для самоконтролю

- 2.1. Здатність випереджати інших, використовуючи свої переваги в досягненні поставлених цілей, – це:
 - а) конкуренція;
 - б) соціальне партнерство;
 - в) дискримінація;
 - г) соціальна відповідальність;
 - д) конкурентоспроможність.
- 2.2. Об'єктами, яким притаманна конкурентоспроможність, можуть бути:
 - а) фірма;
 - б) регіон;
 - в) споживач;

- г) законодавство;
- д) уряд.

➤ 2.3. Конкурентні переваги, які базуються на перевагах фірми щодо витрат виробництва та обігу, менеджменті, більш низькій собівартості у порівнянні з конкурентами, тобто які є наслідком більш високої продуктивності, називають:

- а) монополістичними;
- б) нечесними;
- в) недобровісними;
- г) внутрішніми;
- д) зовнішніми.

➤ 2.4. Суб'єктами, які оцінюють конкурентоспроможність тих чи інших об'єктів, можуть бути:

- а) споживач;
- б) держава;
- в) товар;
- г) інвестор;
- д) продукція.

➤ 2.5. Споживач оцінює конкурентоспроможність товару в першу чергу:

- а) з точки зору суми прибутку, яку зможе отримати виробник;
- б) покладаючись на результати соціологічного опитування;
- в) покладаючись на рекламу;
- г) з точки зору рівня задоволення своїх потреб із врахуванням їхньої значимості;
- д) залежно від того, наскільки продукція підприємства користується попитом, які обсяги продажів.

Практичні вправи та завдання

➤ 2.1. Якби Ви були експертом з конкурентоспроможності, за якими показниками Ви б запропонували аналізувати і порівнювати:

- конкурентоспроможність закладів вищої освіти;

- конкурентоспроможність населених пунктів;
- конкурентоспроможність готелів;
- конкурентоспроможність країн-експортерів товару;
- конкурентоспроможність роботодавців?

Завдання для самостійної роботи

➤ 2.1. Охарактеризуйте конкурентні переваги й слабкі сторони регіону або населеного пункту, в якому Ви проживаєте (або будь-якої іншої адміністративно-територіальної одиниці), з точки зору:

- інвестора в галузь туризму;
- мешканця;
- автоперевізника (як надавача послуг);
- споживача сільськогосподарської продукції;
- інвестора в будівельну галузь;
- споживача освітніх послуг;
- виробника одягу.

Тема 3. Конкурентоспроможність товару: основні поняття

Поняття товару. Класифікація товарів. Поняття конкурентоспроможності товару.

Питання для самоконтролю

- Які ознаки притаманні товару? Чи завжди вироблена продукція є товаром? Обґрунтуйте відповідь.
- Чим відрізняється товар за задумом, товар у реальному виконанні й товар з підкріпленням? Наведіть приклади.
- У чому полягає відмінність між поняттями: «товарна одиниця», «товарний асортимент» і «товарна номенклатура»? Наведіть конкретні приклади.
- Назвіть основні групи товарів за такими класифікаційними ознаками:
 - за рівнем матеріальної відчутності;
 - за рівнем довговічності;
 - за характером кінцевого використання;

- за товарною поведінкою.

Наведіть приклади товарів у межах кожної з названих Вами груп.

- Як Ви розумієте поняття «конкурентоспроможність товару»?
- Що означає «відносний» характер конкурентоспроможності? Обґрунтуйте відповідь. Які основні компоненти формують конкурентоспроможність товару?

Тести для самоконтролю

- 3.1. Продукт праці, вироблений спеціально для обміну і здатний задовольнити людську потребу, – це:

- а) товар;
- б) конкурентоспроможність;
- в) якість;
- г) асортимент;
- д) товарна номенклатура.

- 3.2. Відповідність властивостей та ознак товару вимогам і потребам кінцевих споживачів – це:

- а) якість продукції;
- б) конкурентоспроможність товару;
- в) моносонія;
- г) товарний асортимент;
- д) монополія.

- 3.3. Інтегральна характеристика товару, яка відображає відмінність певного товару від товару-конкурента і визначає його привабливість в очах споживача, – це:

- а) конкурентоспроможність товару;
- б) моносонія;
- в) життєвий цикл товару;
- г) споживча вартість товару;
- д) товарний асортимент.

- 3.4. До товарів попереднього вибору належать:

- а) меблі;
- б) зубна паста;
- в) масло;

- г) побутова техніка;
- д) хліб.

➤ 3.5. Оберіть правильне твердження:

- а) якість товару і конкурентоспроможність товару – поняття повністю ідентичні;
- б) якість товару не має жодного відношення до його конкурентоспроможності;
- в) конкурентоспроможність товару ніяким чином не залежить від його якості;
- г) якість продукції є основою конкурентоспроможності товару;
- д) конкурентоспроможність товару залежить тільки від його ціни.

Практичні вправи та завдання

- 3.1. Оберіть товар (продукт або послугу), для якого буде розроблено систему оцінювання конкурентоспроможності.

Завдання для самостійної роботи

- 3.1. У чому полягає концепція життєвого циклу товару (ЖЦТ)? Які етапи ЖЦТ розглядає класичний маркетинг? Як, на Вашу думку, кожен з цих етапів буде позначатися на конкурентоспроможності товару?
- 3.2. Як Ви розумієте поняття «екологічна конкурентоспроможність товару»? Наведіть приклади відомих Вам екологічних товарів.

Тема 4. Оцінювання конкурентоспроможності товару

Якість товару як основа оцінювання його конкурентоспроможності. Оцінювання конкурентоспроможності товару.

Питання для самоконтролю

- Охарактеризуйте «якість продукції» як економічну категорію. З яких характеристик може складатися якість товару?

- Назвіть основні групи показників якості товарів та наведіть приклади задоволення ними потреб споживачів за такими класифікаційними ознаками:
 - за кількістю характеристик якості, які враховуються;
 - за видом оцінки;
 - за видами характеристик якості;
 - за методом визначення;
 - за рівнем нормування або регламентації.
- Які узагальнені групи показників якості товару найчастіше застосовують для оцінювання його конкурентоспроможності?
- Які Ви знаєте методи кількісної оцінки рівня якості продукції? У чому полягає особливість застосування кожного з названих Вами методів? Наведіть приклади товарів, до оцінювання якості яких варто застосовувати кожен з цих методів.
- Для чого застосовують стандартизацію і сертифікацію товару? Наведіть приклади.
- Як Ви розумієте поняття: «імідж товару», «конкурентна позиція товару»?
- Чи є тотожними поняття «якість товару» і «конкурентоспроможність товару»? Обґрунтуйте відповідь.
- Що передбачає оцінювання конкурентоспроможності товару? Які Ви знаєте методи оцінювання конкурентоспроможності товару? Коротко охарактеризуйте, яким чином відбувається оцінювання конкурентоспроможності товару за кожним з названих Вами методів.
- Для чого потрібно проводити оцінювання конкурентоспроможності товару? Хто, на Вашу думку, має долучатися до оцінювання конкурентоспроможності конкретного товару? Які висновки можна зробити за результатами оцінювання конкурентоспроможності товару?

Тести для самоконтролю

- 4.1. Сукупність взаємопов'язаних характеристик та можливостей продукції задовольняти визначені запити певних груп споживачів – це:
 - а) якість продукції;

- б) конкурентоспроможність товару;
- в) конкуренція;
- г) життєвий цикл товару;
- д) монополія.

➤ 4.2. Для оцінювання конкурентоспроможності товару можуть застосовуватися такі технічні характеристики споживчих властивостей товару:

- а) зовнішній вигляд;
- б) вага;
- в) ціна товару;
- г) знижки під час придбання;
- д) швидкість.

➤ 4.3. Оберіть правильне твердження:

- а) якість товару не має жодного відношення до його конкурентоспроможності;
- б) якість товару і конкурентоспроможність товару – поняття повністю ідентичні;
- в) якість продукції є основою конкурентоспроможності товару;
- г) конкурентоспроможність товару ніяким чином не залежить від його якості;
- д) конкурентоспроможність товару залежить тільки від його ціни.

➤ 4.4. Сукупність операцій з вибору показників та критеріїв конкурентоздатності, встановлення дійсних значень цих показників для товарів-конкурентів та порівняння значень показників товарів, які аналізуються, з товарами-еталонами передбачає:

- а) життєвий цикл товару;
- б) стандартизація товару;
- в) сертифікація товару;
- г) оцінювання конкурентоспроможності товарів;
- д) встановлення асортименту товару.

➤ 4.5. Для оцінювання конкурентоспроможності найчастіше застосовують такі вартісні показники товару:

- а) зовнішній вигляд;
- б) смак, запах;
- в) знижки під час придбання;
- г) ергономічність;
- д) ціна товару.

Практичні вправи та завдання

- 4.1. Запропонуйте якості (характеристики), на основі яких доцільно оцінювати конкурентоспроможність товару _____ (визначеного в завданні 3.1) з точки зору його вибору споживачем (метод прямої мозкової атаки).
- 4.2. Використовуючи метод оберненої мозкової атаки та метод дискусії, упорядкуйте перелік якостей товару _____ для подальшого формування анкетно-опитувальника.
- 4.3. На основі запропонованого переліку показників оцініть важливість кожної з характеристик для оцінювання конкурентоспроможності товару _____ методом попарних порівнянь.

№	Характеристики (якості) товару	Оцінки експертів				
		1	2	...	n	Сума
1.						
2.						
...						
n						

- 4.4. Розрахуйте вагомість (значущість) кожної з характеристик для оцінювання конкурентоспроможності товару _____ як середньозважену величину.

№	Характеристики (якості) товару	Оцінки експертів					Середнє значення вагомості	Ранг
		Експерт 1	Експерт 2	...	Експерт n	Сума		
1.								
2.								
...								
n.								

➤ 4.5. Розробіть формулу для розрахунку комплексної оцінки якості конкретної товарної одиниці.

➤ 4.6. Оберіть конкретні товарні одиниці для експертного оцінювання їхньої конкурентоспроможності.

Оцініть з позиції споживача конкурентоспроможність товарної одиниці _____ і товарної одиниці _____ за 5-бальною шкалою: від 5 балів – споживач найбільш задоволений даною характеристикою товару до 1 бал – споживач найменш задоволений даною характеристикою товару.

№	Характеристики	Товарна одиниця	Товарна одиниця
1.			
2.			
...			
n			

➤ 4.7. Розрахуйте комплексну оцінку конкурентоспроможності кожної з товарних одиниць з врахуванням значущості окремих характеристик.

Товарна одиниця _____

№	Характеристики (якості) товару	Оцінки споживачів				Оцінка з врахуванням вагомості
		Споживач 1	Споживач 2	...	Споживач n	
1.						
2.						
...						
n.						

- 4.8. Зробіть висновки щодо конкурентоспроможності обраних для порівняння товарних одиниць. Обґрунтуйте відповідь.

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 2 ОСНОВНІ ВИДИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ЗА ІЄРАРХІЄЮ ЇЇ ОБ'ЄКТІВ

Тема 5. Конкурентоспроможність підприємства

Поняття конкурентоспроможності підприємства. Взаємозв'язок та співвідношення понять конкурентоспроможність продукції і конкурентоспроможність підприємства. Фактори конкурентоспроможності підприємства.

Питання для самоконтролю

- Як трактують поняття «конкурентоспроможність підприємства»? Які Ви знаєте підходи до визначення поняття конкурентоспроможності підприємства?
- Охарактеризуйте співвідношення та взаємозв'язок між поняттями «конкурентоспроможність продукції» та «конкурентоспроможність підприємства». Чи є ці поняття тотожними? Обґрунтуйте відповідь.

- Що передбачає забезпечення конкурентоспроможності бізнесу на оперативному, тактичному і стратегічному рівнях?
- У чому полягає особливість впливу на конкурентоспроможність підприємства внутрішніх і зовнішніх факторів? Наведіть конкретні приклади.
- На які групи поділяє фактори конкурентоспроможності М. Портер? Що саме віднесено вченим до кожної з цих груп факторів?
- У чому полягає ідея поділу М. Портером усіх факторів конкурентоспроможності на основні і розвинені? Що саме вчений відносить до кожної з цих груп факторів? Спробуйте охарактеризувати особливості впливу кожної з цих груп факторів на конкурентоспроможність підприємства конкретного виду економічної діяльності в Україні.

Тести для самоконтролю

- 5.1. Внутрішнім фактором конкурентоспроможності підприємства є:
 - а) технології, які використовуються на підприємстві;
 - б) рівень кваліфікації персоналу організації;
 - в) державна політика щодо експорту та імпорту;
 - г) обладнання, яке використовуються на підприємстві;
 - д) рівень економічного розвитку країни.
- 5.2. Зовнішнім фактором конкурентоспроможності підприємства є:
 - а) рівень кваліфікації персоналу організації;
 - б) рівень стратегічного управління підприємством;
 - в) основні характеристики ринку: його тип і ємність, наявність і можливості конкурентів;
 - г) регулярність залучення підприємством інвестицій в розвиток виробництва;
 - д) розміри сформованої постійної і лояльної клієнтської бази.

➤ 5.3. Забезпечення конкурентоспроможності на оперативному рівні:

- а) означає, що критерієм конкурентоспроможності є показник конкурентоспроможності продукції;
- б) характеризує загальний стан підприємства;
- в) означає, що критерієм конкурентоспроможності в даному випадку є комплексний показник стану підприємства;
- г) означає забезпечення інвестиційної привабливості підприємства;
- д) означає, що критерієм конкурентоспроможності випадку є зростання вартості підприємства.

➤ 5.4. До основних факторів конкурентоспроможності підприємства за М. Портером належать:

- а) сучасна інфраструктура обміну інформацією;
- б) висококваліфіковані кадри;
- в) дослідницькі відділи університетів, які займаються складними високотехнологічними дисциплінами;
- г) некваліфікована робоча сила;
- д) кліматичні умови.

➤ 5.5. До розвинених факторів конкурентоспроможності підприємства за М. Портером належать:

- а) низькокваліфікована робоча сила;
- б) дебетовий капітал;
- в) висококваліфіковані кадри;
- г) дослідницькі відділи університетів, які займаються складними високотехнологічними дисциплінами;
- д) природні ресурси.

Практичні вправи та завдання

➤ 5.1. Для порівняльного аналізу конкурентоспроможності бізнес-одиниць оберіть вид економічної діяльності та дві реальні організації (підприємства, магазини, заклади вищої освіти тощо), які функціонують у цій галузі. Суб'єкти бізнесу можуть знаходитися як в одному населеному пункті, так і в різних регіонах України.

➤ 5.2. Вкажіть повну назву, організаційно-правову форму, місце розташування (офіційну адресу), галузь та основні напрями діяльності, офіційний сайт кожного із суб'єктів господарювання.

➤ 5.3. На основі аналізу інформації на офіційних сайтах обраних суб'єктів господарювання та інших Internet-ресурсах визначте для кожного з них:

- стратегічний потенціал (внутрішні фактори конкурентоспроможності) кожного із суб'єктів бізнесу;
- зовнішні фактори конкурентоспроможності кожного з суб'єктів бізнесу.

Тема 6. Конкурентні переваги та конкурентний статус підприємства

Поняття і класифікація конкурентних переваг.
Конкурентний статус підприємства.

Питання для самоконтролю

➤ Які підходи до визначення поняття «конкурентні переваги» існують в економіці?

➤ Які ознаки характерні для стійкої конкурентної переваги?

➤ Яким чином підприємство може формувати власні конкурентні переваги?

➤ Які види конкурентних переваг за різними класифікаційними ознаками Ви можете назвати? Дайте коротку характеристику кожному з названих Вами видів конкурентних переваг.

➤ Розкрийте сутність теорії конкурентних переваг М. Портера.

➤ У чому полягає відмінність між внутрішніми і зовнішніми конкурентними перевагами підприємства? Наведіть конкретні приклади.

➤ Що таке конкурентний статус (конкурентна позиція) підприємства?

➤ Які можуть бути причини втрати підприємством конкурентних переваг? Обґрунтуйте відповідь.

Тести для самоконтролю

- 6.1. Система, яка володіє будь-якою ексклюзивною цінністю, що дає їй перевагу над конкурентами в економічній, технічній та організаційній сферах діяльності, можливість більш ефективно розпоряджатися наявними ресурсами, – це:
 - а) конкурентна перевага;
 - б) недолік конкурентоспроможності;
 - в) ознака монополізму;
 - г) перевага монополізму;
 - д) ознака монополії.

- 6.2. До внутрішніх конкурентних переваг організації належать:
 - а) ефективна система стимулювання збуту і післяпродажного обслуговування;
 - б) зниження освітнього і кваліфікаційного рівня персоналу;
 - в) лідерство на ринку товарів;
 - г) фінансова стійкість функціонування організації ;
 - д) ослаблення конкуренції на ринку внаслідок посилення монополізму.

- 6.3. Конкурентні переваги повинні:
 - а) бути видимими, тобто помітними для покупців;
 - б) не впливати на прибуток підприємства;
 - в) приносити відчутну вигоду споживачеві;
 - г) бути невідтворюваними конкурентами;
 - д) легко відтворюватися конкурентами.

- 6.4. Основними причинами втрати конкурентних переваг можуть бути:
 - а) зростання інноваційного потенціалу підприємства;
 - б) зниження освітнього і кваліфікаційного рівня персоналу;
 - в) низькі доходи основних груп населення країни, що призводять до зниження вимогливості до якості товарів;
 - г) зниження інвестиційної привабливості підприємства;
 - д) підвищення здатності підприємства до адаптації.

➤ 6.5. До внутрішніх конкурентних переваг організації належать:

- а) якість виготовлення товарів;
- б) політика протекціонізму вітчизняного товаровиробника;
- в) ексклюзивність товару організації;
- г) збільшення витрат виробництва;
- д) ослаблення конкуренції на ринку внаслідок посилення монополізму.

Практичні вправи та завдання

➤ 6.1. Визначте конкурентні переваги кожного із суб'єктів бізнесу, обраних в завданні 5.1, на основі аналізу інформації на офіційних сайтах цих суб'єктів господарювання та інших Internet-ресурсах.

Завдання для самостійної роботи

- 6.1. Як Ви розумієте такі поняття:
- «економічна конкурентоспроможність підприємства»;
 - «екологічна конкурентоспроможність підприємства»;
 - «соціальна конкурентоспроможність бізнесу»?

Які напрями діяльності можуть реалізувати суб'єкти бізнесу для забезпечення кожного з цих видів конкурентоспроможності? Наведіть відомі Вам приклади.

Тема 7. Стратегія підприємства

Сутність стратегії підприємства. Види стратегій. Стратегія конкурентоспроможності та основні її компоненти.

Питання для самоконтролю

- Як Ви розумієте поняття «стратегія»? Охарактеризуйте роль формування стратегії організації в економіці та менеджменті.
- Які етапи передбачає розробка стратегії підприємства? Коротко охарактеризуйте кожен з названих Вами етапів.
- Дайте коротку характеристику таких компонентів планування і реалізації стратегії підприємства, як тактика, політика, процедури і правила.

- Назвіть та охарактеризуйте основні види корпоративної (загальної) стратегії підприємства. У яких випадках доцільно застосовувати кожен з цих видів?
- Охарактеризуйте поняття «стратегія конкурентоспроможності». Перерахуйте і опишіть основні компоненти ділової стратегії підприємства.
- Кого відносять до прямих, непрямих, товарних та неявних конкурентів організації? Яким чином дії конкурентів кожної з цих груп можуть впливати на формування та реалізацію ділової стратегії підприємства?

Тести для самоконтролю

- 7.1. Модель дій, набір правил і прийомів, за допомогою яких досягають довгострокових цілей розвитку організації, – це:
 - а) тактика;
 - б) процедура;
 - в) стратегія;
 - г) політика;
 - д) правила.
- 7.2. Стратегічна альтернатива, що характеризується цілями, які набагато перевищують рівень минулих досягнень, – це:
 - а) конкурентоспроможність;
 - б) стратегія скорочення;
 - в) стратегія стабілізації;
 - г) стратегія обмеженого зростання;
 - д) стратегія зростання.
- 7.3. План управління окремою сферою діяльності компанії, що ґрунтується на діях та підходах, спрямованих на забезпечення успішної діяльності в одній специфічній сфері бізнесу, – це:
 - а) тактика бізнесу;
 - б) стратегія конкурентоспроможності;
 - в) місія бізнесу;
 - г) конкурентна стратегія;
 - д) стратегія бізнесу.

➤ 7.4. Стратегічна альтернатива, що характеризується цілями, які визначені на рівні минулих досягнень, скоригованих з урахуванням інфляції, – це:

- а) стратегія зростання;
- б) тактика;
- в) стратегія обмеженого зростання;
- г) стратегія скорочення;
- д) стратегія стабілізації.

➤ 7.5. Фірма, яка має найбільшу частку на ринку, зазвичай виступає ініціатором зміни цін, виробництва нових продуктів, збільшення ринкової частки і витрат на просування товарів, – це:

- а) лідер ринку;
- б) претендент на лідерство;
- в) послідовник;
- г) імітатор;
- д) двійник.

Практичні справи та завдання

➤ 7.1. Визначте тип конкуренції у галузі національної економіки суб'єктів бізнесу, обраних у завданні 5.1, та основних їхніх конкурентів у регіоні / в Україні.

Тема 8. Види конкурентних стратегій

Конкурентні стратегії лідерів та послідовників. Класифікація конкурентних стратегій за М. Портером. Стратегії конкуренції на основі визначення рівня впливу конкуренції. Основні типові управлінські рішення з регулювання конкуренції та зниження її негативних наслідків. Стратегічне управління конкурентоспроможністю організації.

Питання для самоконтролю

➤ Які конкурентні стратегії може обирати підприємство, що претендує на роль лідера? Коротко опишіть кожну з названих Вами стратегій. Наведіть відомі Вам приклади застосування виробниками або продавцями товарів конкретних видів атакуючої стратегії.

➤ Які конкурентні стратегії здебільшого обирають підприємства, які слідують за лідером? Коротко опишіть кожну з названих Вами стратегій. Наведіть відомі Вам приклади застосування виробниками або продавцями товарів конкретних видів стратегії послідовника.

➤ Який принцип покладено в основу класифікації конкурентних стратегій М. Портером? Коли для підприємства доцільним є застосування стратегії орієнтації на витрати?

➤ У чому, за М. Портером, полягає ідея формування підприємством стратегії лідерства за витратами? Які головні передумови застосування даної стратегії? У чому полягають її переваги та ризики?

➤ У чому, за М. Портером, полягає ідея використання підприємством стратегії диференціації? За якими напрямками підприємство може диференціювати свою діяльність, орієнтуючись на дану стратегію? Наведіть відомі Вам приклади застосування виробниками або продавцями конкретних товарів стратегії диференціації.

➤ Які головні передумови застосування стратегії диференціації? У чому полягають її переваги та ризики? Які вигоди може отримати підприємство, орієнтуючись на стратегію диференціації?

➤ У чому, за М. Портером, полягає ідея використання підприємством стратегії ринкової ніші? Які головні передумови її застосування? У чому полягають переваги та ризики використання підприємством стратегії концентрації? Наведіть відомі Вам приклади застосування виробниками або продавцями конкретних товарів стратегії фокусування.

➤ Охарактеризуйте і порівняйте особливості та доцільність застосування:

- стратегії ослаблення впливу конкуренції;
- стратегії посилення впливу своєї організації;
- стратегії придушення конкуренції;
- стратегії вивчення і копіювання досвіду конкурентів

залежно від конкурентної позиції підприємства. Обґрунтуйте відповідь.

➤ Які типові управлінські рішення щодо регулювання конкуренції та зниження її негативних наслідків залежно від виду ринкової структури Вам відомі? Обґрунтуйте доцільність прийняття кожного з цих рішень.

Тести для самоконтролю

➤ 8.1. До переваг високого порядку належать:

- а) можливості використання порівняно дешевих матеріалів, комплектуючих виробів;
- б) наявність унікальної продукції;
- в) використання передових технологій;
- г) можливості використання порівняно дешевої сировини, енергії;
- д) можливості використання порівняно дешевої робочої сили.

➤ 8.2. Зосередження уваги на основних сегментах ринку для задоволення потреб і запитів строго окресленого кола споживачів за рахунок або низької ціни, або високої якості передбачає:

- а) стратегія ринкової ніші;
- б) диференціація іміджу;
- в) стратегія лідерства за витратами;
- г) диференціація персоналу;
- д) стратегія диференціації.

➤ 8.3. До атакуючих стратегій організації, яка претендує на роль лідера, належать:

- а) стратегія цінових знижок;
- б) стратегія імітатора;
- в) стратегія престижних товарів;
- г) стратегія товарного розширення;
- д) стратегія пристосованця.

➤ 8.4. Якщо підприємство пропонує більш якісну продукцію за цінами, вищими у порівнянні з домінуючою компанією, то воно реалізує стратегію:

- а) зниження витрат виробництва;
- б) інновацій у розподілі;

- в) лояльності до лідера;
- г) престижних товарів;
- д) здешевлення товарів.

➤ 8.5. Основними типовими управлінськими рішеннями щодо конкуренції та зниження її негативних наслідків при олігополістичній конкуренції є:

- а) вирівнювання власних цін при зниженні цін конкурентів для створення перешкод по захопленню конкурентами більшої частки ринку;
- б) підтримка угоди підприємств про стабілізацію цін;
- в) стратегія інтеграції зростання за розширення сфери впливу підприємства на всьому ланцюгу просування товару до споживача;
- г) стратегія фокусування на сегментах: спеціалізація на виробництві в певній частині асортименту;
- д) спеціалізація на обслуговуванні споживачів, нечутливих до ціни.

Практичні вправи та завдання

➤ 8.1. На основі аналізу інформації на офіційних сайтах суб'єктів господарювання, обраних в завданні 5.1, та інших Internet-ресурсах визначте вид конкурентної стратегії, які використовує кожен з цих суб'єктів бізнесу. Обґрунтувати власне судження.

➤ 8.2. Надайте рекомендації щодо удосконалення конкурентної стратегії обраних суб'єктів господарювання (за конкретними напрямами їхньої господарської діяльності).

Тема 9. Конкурентоспроможність регіону

Поняття конкурентоспроможності регіону. Методики розрахунку індексу конкурентоспроможності регіонів.

Питання для самоконтролю

➤ Як Ви розумієте поняття «конкурентоспроможність регіону»?

- Які критерії доцільно використовувати під час оцінювання конкурентоспроможності регіону?
- Які групи показників передбачено офіційною методикою оцінювання індексів конкурентоспроможності регіонів України, яка діяла у довоєнний період? Які показники належать до кожної з цих груп?

Тести для самоконтролю

- 9.1. Досягнення високого рівня життя населення регіону є критерієм:
 - а) конкурентоспроможності товару;
 - б) конкурентоспроможності підприємства;
 - в) конкурентоспроможності регіону;
 - г) конкурентоспроможності галузі;
 - д) конкурентоспроможності організації.

- 9.2. Здатність регіону виробляти товари і послуги, що відповідають вимогам внутрішніх і світових ринків, створювати умови нарощування регіональних ресурсів для забезпечення зростання потенціалу конкурентоспроможності суб'єктів господарювання зі швидкістю, що забезпечує стійкі темпи зростання ВРП та якість життя населення регіону на рівні світових значень, називають:
 - а) конкурентоспроможністю товару;
 - б) конкурентоспроможністю підприємства;
 - в) конкурентоспроможністю галузі;
 - г) конкурентоспроможністю регіону;
 - д) децентралізацією.

- 9.3. Темп зростання (зниження) обсягу валового регіонального продукту може бути одним із показників для визначення:
 - а) конкурентоспроможності товару;
 - б) конкурентоспроможності підприємства;
 - в) конкурентоспроможності регіону;
 - г) конкурентоспроможності галузі;
 - д) конкурентоспроможності організації.

➤ 9.4. Доходи місцевих бюджетів можуть бути одним із показників для визначення:

- а) конкурентоспроможності регіону;
- б) конкурентоспроможності товару;
- в) конкурентоспроможності підприємства;
- г) конкурентоспроможності галузі;
- д) конкурентоспроможності організації.

Практичні вправи та завдання

➤ 9.1. Надайте пропозиції щодо удосконалення системи показників, передбачених офіційною методикою оцінювання регіональної конкурентоспроможності, в умовах післявоєнної відбудови та розвитку національної економіки.

Завдання для самостійної роботи

➤ 9.1. Охарактеризуйте конкурентні переваги й слабкі сторони регіону або населеного пункту, в якому Ви проживаєте (або будь-якої іншої адміністративно-територіальної одиниці), з точки зору його:

- економічної конкурентоспроможності;
- екологічної конкурентоспроможності;
- соціальної конкурентоспроможності?

Обґрунтуйте відповідь на основі реальних прикладів.

Тема 10. Конкурентоспроможність країни

Поняття конкурентоспроможності країни. Концепція М. Портера про конкурентні переваги нації. Методичні підходи до оцінки рівня конкурентоспроможності країни.

Питання для самоконтролю

- Як Ви розумієте поняття «конкурентоспроможність країни»?
- Які фактори визначають конкурентоспроможність країни?
- Які чотири групи факторів міжнародної конкурентоспроможності визначає М. Портер? Наведіть приклади чинників, які належать до кожної з цих груп.

- Як визначають Індекс глобальної конкурентоспроможності (The Global Competitiveness Index)? Які контрольні показники включає цей індекс?
- Які ще методики визначення індексу міжнародної (глобальної) конкурентоспроможності Вам відомі? Дайте коротку характеристику кожної з названих методик.

Тести для самоконтролю

- 10.1. Сукупність властивостей, притаманних національній економіці, які визначають здатність країни конкурувати з іншими країнами, називають:
 - а) конкурентоспроможністю корпорації;
 - б) конкурентоспроможністю товару;
 - в) конкурентоспроможністю країни;
 - г) конкуренцією;
 - д) протекціонізмом.

- 10.2. Здатність країни виробляти товари і послуги, що відповідають вимогам світових ринків, і створювати умови нарощування державних ресурсів із швидкістю, що дозволяє забезпечувати стійкі темпи зростання ВВП і якість життя населення на рівні світових значень, називають:
 - а) конкурентоспроможністю країни;
 - б) конкурентоспроможністю підприємства;
 - в) конкурентоспроможністю товару;
 - г) протекціонізмом;
 - д) монополізмом.

- 10.3. Рівень можливості країни в умовах вільного і справедливого ринку виготовляти товари і послуги, які відповідають вимогам світових ринків, при одночасному зберіганні чи підвищенні доходів своїх громадян – це:
 - а) національна конкуренція;
 - б) національна конкурентоспроможність товару;
 - в) міжнародна конкурентоспроможність товару;
 - г) внутрідержавна конкурентоспроможність країни;
 - д) міжнародна конкурентоспроможність країни.

Практичні вправи та завдання

- 10.1. Порівняльний аналіз країн на основі показників Індекса глобальної конкурентоспроможності (The Global Competitiveness Index).

3. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

3.1. Базова

1. Закон України «Про захист економічної конкуренції». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2210-14#Text>.
2. Дмитрієв І. А., Кирчата І. М., Шершенюк О. М. Конкурентоспроможність підприємства : навчальний посібник. Х., 2020. 340 с. URL: <http://surl.li/oykbzo>.
3. Леськів Г. З., Франчук В. І., Левків Г. Я., Гобела В. В. Управління конкурентоспроможністю підприємства : навчальний посібник. Львів : Львівський державний університет внутрішніх справ, 2022. 220 с. URL: <http://surl.li/yzswye>.
4. Шевченко Л. С. Конкурентоспроможність бізнесу (підприємства) : навч. посіб. у питаннях і відповідях. Харків : Право, 2022. 312 с. URL: <http://surl.li/mjzoai>.
5. World Competitiveness Ranking. IMD. World Competitiveness Center. URL: <https://www.imd.org/centers/wcc/world-competitiveness-center/rankings/world-competitiveness-ranking/>.

3.2. Допоміжна

6. Гаркавенко С. С. Маркетинг. URL: <https://pidru4niki.com/1800070841708/marketing/marketing>.
7. Горелов Д. О., Большенко С. Ф. Стратегія підприємства. Харків : Вид-во ХНАДУ, 2010. 133 с. URL: <https://buklib.net/books/36570/>.
8. Греджева Т. В. Конкуренція в підприємницькій діяльності: теоретичні аспекти. URL: <http://magazine.faaf.org.ua/konkurenciya-v-pidpriemnickiy-diyalnosti-teoretichni-aspekti.html>.

9. Заріцька Н. М. Оцінка конкурентоспроможності продукції підприємства. Ефективна економіка 2015. № 12, URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4647>.
10. Ілляшенко С. М. Маркетингова товарна політика: Підручник. Суми : ВТД «Університетська книга», 2005. 234 с. URL: <https://buklib.net/books/37628/>.
11. Кіндрацька Г. І. Стратегічний менеджмент : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. - К. : Знання, 2006. 366 с.
12. Конащук В. Л., Галіздра Є. Дослідження сутності конкурентоспроможності підприємства як економічної категорії. URL: http://www.zgia.zp.ua/gazeta/evzdia_8_020.pdf.
13. Кондратенко Н. М. Маркетинг. URL: <https://stud.com.ua/48395/marketing/marketing>.
14. Короткий курс лекцій з дисципліни «Маркетинг». URL: <https://studme.com.ua/15840720732/marketing/marketing.htm>
15. Марцин В. С. Механізм забезпечення конкурентоспроможності товару та показники її оцінки. Актуальні проблеми економіки. 2008. № 1 (79). С. 35-44.
16. Мочерний С. В. та ін. Основи підприємницької діяльності : Посібник. К. : ВЦ «Академія», 2003. 280 с.
17. Порядок проведення розрахунку індексу конкурентоспроможності регіонів. Затверджено постановою Кабінету Міністрів України від 20 грудня 2017 р. № 1029. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1029-2017-%D0%BF#n12>.
18. Романко О. П. Поняття конкурентоспроможності регіону та його ознаки // Ефективна економіка 2015. № 3. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3869>.
19. Скібіцький О. М. Організація бізнесу. Менеджмент підприємницької діяльності : навч. Посібник. К. : Кондор, 2011. 912 с. URL: https://pidru4niki.com/1990042141958/menedzhment/organizat-siya_biznesu.
20. Стойко І. І. Шерстюк Р. П. Управління конкурентоспроможністю (Програма, курс лекцій, практичні заняття, самостійна робота, індивідуальні завдання,

термінологічний словник, тести) : Навч.-метод. посібник. Тернопіль : ТНТУ імені Івана Пулюя, 2021. 156 с. URL: <http://surl.li/qdkzlf>.

21. Цибульська Е. І. Конкурентоспроможність підприємства : навч. посіб. для студентів, які навчаються за спец. 051 Економіка. Харків : Вид-во НУА, 2018. 320 с. URL: <https://nua.kharkov.ua/wp-content/uploads/2020/08/Navposkonkur.pdf>.
22. Циліорик Г. І. Якість товару – ключовий важіль забезпечення його конкурентоспроможності. Облік і фінанси АПК : бухгалтерський портал. URL: <http://magazine.faaf.org.ua/yakist-tovaru-klyuchoviy-vazhil-zabezpechennya-yogo-konkurentospromozhnosti.html>.

3.3. Інформаційні ресурси

- Офіційний сайт Верховної ради України. URL: <https://www.rada.gov.ua/>.
- Офіційний сайт Головного управління статистики у Рівненській області. URL: <http://www.rv.ukrstat.gov.ua/>.
- Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.