

Міністерство освіти і науки України  
Національний університет водного господарства та  
природокористування

Навчально-науковий інститут економіки та менеджменту  
Кафедра економіки підприємства і міжнародного бізнесу

**07/01-109М**

**МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ**

до практичних занять та самостійної роботи  
з навчальної дисципліни

**«Управління міжнародною  
конкурентоспроможністю»**

для здобувачів вищої освіти другого (магістерського) рівня за  
освітньо-професійною програмою «Міжнародні економічні  
відносини» спеціальності С1 «Економіка та міжнародні  
економічні відносини» денної та заочної форм навчання

Рекомендовано  
науково-методичною  
радою з якості ННІЕМ  
Протокол № 9 від 19.05.2026 р.

Рівне – 2026

Методичні вказівки до практичних занять та самостійної роботи з навчальної дисципліни «Управління міжнародною конкурентоспроможністю» для здобувачів вищої освіти другого (магістерського) рівня за освітньо-професійною програмою «Міжнародні економічні відносини» спеціальності С1 «Економіка та міжнародні економічні відносини» денної та заочної форм навчання [Електронне видання] / Лесняк О. Ю., Жемба А. Й. – Рівне : НУВГП, 2026. – 57 с.

**Укладачі:** Лесняк О. Ю., к.е.н., доцент кафедри економіки підприємства і міжнародного бізнесу; Жемба А. Й., к.е.н., доцент кафедри економіки підприємства і міжнародного бізнесу.

**Відповідальний за випуск:** Гарнага О. М., д.е.н., професор, завідувач кафедри економіки підприємства і міжнародного бізнесу.

**Керівник освітньо-професійної програми:** Срібна Є. В., к.е.н., доцент кафедри економіки підприємства і міжнародного бізнесу.

Попередня версія методичних вказівок: 06-12-80

© О. Ю.Лесняк,  
А. Й. Жемба, 2026  
© НУВГП, 2026

## ЗМІСТ

	Вступ	4
1	Опис дисципліни та структура залікового кредиту	5
2	Плани практичних занять та методичні вказівки до самостійної роботи	6
3	Тестова програма	32
4	Рекомендована література	54

## ВСТУП

Навчальна дисципліна «Управління міжнародною конкурентоспроможністю» вивчається згідно з навчальним планом підготовки здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти, які навчаються за освітньо-професійною програмою «Міжнародні економічні відносини» за спеціальністю С1 «Економіка та міжнародні економічні відносини» у галузі знань С «Соціальні науки, журналістика, інформація та міжнародні відносини» денної та заочної форми навчання.

Метою навчальної дисципліни є формування у майбутніх фахівців компетентностей щодо міжнародної конкурентоспроможності, а також набуття ними навичок і вмінь дослідження та управління рівнем міжнародної конкурентоспроможності.

Основним завданням дисципліни є засвоєння методологічних і методичних положень управління конкурентоспроможністю в міжнародних економічних відносинах.

Передумовами вивчення дисципліни є освітні компоненти бакалаврського рівня зі спеціальності С1 «Економіка та міжнародні економічні відносини».

У результаті вивчення дисципліни здобувачі повинні вміти досліджувати моделі розвитку національних економік, здійснювати моніторинг і оцінку діяльності глобальних фірм, аналізувати тенденції розвитку світового господарства, визначати гео економічні стратегії країн та ідентифікувати зміни кон'юнктури глобальних ринків.

## 1. ОПИС ДИСЦИПЛІНИ ТА СТРУКТУРА ЗАЛІКОВОГО КРЕДИТУ

**Опис навчальної дисципліни „Управління міжнародною конкурентоспроможністю” та структура залікового кредиту**

Найменування показника	Галузь знань, спеціальність, рівень вищої освіти	Характеристика навчальної дисципліни	
		Денна форма навчання	Заочна форма навчання
Кількість кредитів: 4,5	галузь знань С «Соціальні науки, журналістика, інформація та міжнародні відносини»	<b>Вибіркова (мейджор)</b>	
		<b>Рік підготовки:</b>	
		2	2
		<b>Семестр:</b>	
Модулів: 1	спеціальність С1 «Економіка та міжнародні економічні відносини» Освітньо-професійна програма «Міжнародні економічні відносини»	3	3
Змістових модулів: 2		<b>Лекції</b>	
		24 год.	4 год.
Загальна кількість годин: 135		<b>Практичні</b>	
		22 год.	8 год.
	<b>Самостійна робота</b>		
		89 год.	123 год.
Тижневих годин для денної форми навчання: аудиторних – 4 СРС – 8	Рівень вищої освіти: II (магістерський)	<b>Форма підсумкового контролю:</b> залік	

**Примітка.** Співвідношення кількості годин аудиторних занять до самостійної та індивідуальної роботи становить: для денної форми навчання – 34/66%; для заочної форми навчання – 9/91%.

## Структура залікового кредиту

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин							
	Денна форма				Заочна форма			
	усього	у тому числі			усього	у тому числі		
		л	п	с		л	п	с
1	2	3	4	5	6	7	8	9
Конкуренція та міжнародна конкурентоспроможність	11	2	2	7	13	0	1	12
Конкурентоспроможність товару як пріоритетний компонент в системі стратегічного менеджменту підприємств	11	2	2	7	13	0	1	12
Оптимізація факторів міжнародної конкурентоспроможності підприємства	11	2	2	7	12	1	1	10
Оцінка міжнародної конкурентоспроможності підприємства	19	4	2	13	12	1	1	10
Стратегії міжнародної конкурентоспроможності підприємств	15	2	2	11	12	1	1	10
Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства	13	2	2	9	12	1	1	10
Галузеві та секторальні імперативи формування конкурентних переваг суб'єктів міжнародних економічних відносин	11	2	2	7	13	0	1	12

Продовження таблиці

1	2	3	4	5	6	7	8	9
Регіональні та локальні виміри міжнародної конкурентоспроможності	11	2	2	7	13	0	1	12
Кластери у системі формування міжнародної конкурентоспроможності підприємств	11	2	2	7	12	0	0	12
Сучасні конкурентні політики та їх ефективність	11	2	2	7	12	0	0	12
Глобальна конкурентоспроможність	11	2	2	7	11	0	0	11
ВСЬОГО	135	24	22	89	135	4	8	123

### Оцінювання знань

Для досягнення цілей та завдань курсу студентам потрібно засвоїти теоретичний матеріал та здати модульні контролі знань, а також вчасно виконати практичні завдання. В результаті можна отримати такі обов'язкові бали:

– 60 балів - за вчасне та якісне виконання завдань практичних занять та інших поточних завдань, що становить поточну (практичну) складову його оцінки;

– 40 балів – модульні контролі (20+20).

Всього 100 балів.

Додаткові бали студентам також можуть бути зараховані за конкретні пропозиції з удосконалення змісту навчальної дисципліни. Положення про порядок організації контролю та оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти бакалаврського та магістерського рівнів <http://ep3.nuwm.edu.ua/36960/>.

Модульний контроль проходить у формі тестування на університетській платформі MOODLE.

## 2. ПЛАНИ ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ ТА МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ ДО САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ

№ з/п	Назва теми	Кількість годин	
		Денна форма	Заочна форма
1	Конкуренція та міжнародна конкурентоспроможність	2	1
2	Конкуренто-спроможність товару як пріоритетний компонент в системі стратегічного менеджменту підприємств	2	1
3	Оптимізація факторів міжнародної конкурентоспроможності підприємства	2	1
4	Оцінка міжнародної конкурентоспроможності підприємства	2	1
5	Стратегії міжнародної конкурентоспроможності підприємств	2	1
6	Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства	2	1
7	Галузеві та секторальні імперативи формування конкурентних переваг суб'єктів міжнародних економічних відносин	2	1
8	Регіональні та локальні виміри міжнародної конкурентоспроможності	2	1
9	Кластери у системі формування міжнародної конкурентоспроможності підприємств	2	0
10	Сучасні конкурентні політики та їх ефективність	2	0
11	Глобальна конкурентоспроможність	2	0
	<b>Разом</b>	22	8

## Плани практичних занять

### Тема 1. Конкуренція та міжнародна конкурентоспроможність

*Мета і завдання:* визначити поняття конкуренції і конкурентоспроможності, а також міжнародного ринку; місце підприємства на міжнародному ринку; визначити зв'язок понять міжнародний ринок і ринкові ніші.

#### *План*

- Сутність конкуренції і конкурентоспроможності.
- Міжнародна конкуренція і конкурентоспроможність.
- Міжнародний ринок і ринкові ніші.
- Заслуховування рефератів та обговорення їх.
- Обговорення індивідуальних завдань.

#### *Ключові поняття:*

Конкуренція, міжнародна конкуренція, конкурентоспроможність, міжнародна конкурентоспроможність, міжнародний ринок, конкурентоспроможність галузі та національної економіки.

#### *Контрольні запитання*

У чому полягають позитивні та негативні риси конкуренції?

Розкрийте сутність чотирьох постулатів класичних моделей конкуренції.

Які риси притаманні конкурентоспроможності товару?

У чому проявляються особливості міжнародної конкурентоспроможності?

Визначте фактори, що зумовили існування міжнародного ринку.

Якими основними чинниками визначається місце підприємства на міжнародному ринку?

Теми для обговорення

Конкуренція і конкурентоспроможність як рушійні сили розвитку суспільства.

Наукові принципи управління конкурентоспроможністю.

Методичні основи оцінювання конкурентоспроможності різних об'єктів.

Зміст системи забезпечення конкурентоспроможності.

Основні напрями піднесення конкурентоспроможності української економіки.

## **Тема 2. Конкурентоспроможність товару (послуги) як пріоритетний компонент в системі стратегічного менеджменту підприємств**

*Мета і завдання:* визначити рівні міжнародної конкурентоспроможності продукції підприємств, отримати навички оцінки конкурентних переваг у сфері собівартості та якості товарів (послуг) певного підприємства

*План*

- Взаємозв'язок конкурентоспроможності та споживчої
- цінності товару.
- Кількісні показники оцінки конкурентоспроможності
- продукції.
- Етапи оцінки конкурентоспроможності продукції.
- Конкурентоспроможність продукції як складова
- конкурентоспроможності компанії на світовому ринку.

*Ключові поняття:*

Стратегічний менеджмент, конкурентоспроможність продукції, конкурентоспроможність компанії, оцінка та параметри конкурентоспроможності, оцінювання міжнародної конкурентоспроможності

*Контрольні запитання*

У чому полягає сутність поняття «міжнародне конкурентне середовище підприємства»?

Дайте визначення середовища досконалої (чистої) конкуренції.

Які виділяються шість основних факторів конкурентного середовища підприємства?

Які виділяються вісім елементів при оцінюванні державної політики, що регулює конкуренцію?

Які існують вісім умов, що визначають характер впливу споживачів продукції на інтенсивність конкуренції?

Якими чотирма принципами керуються для визначення конкурентоспроможності товару?

У чому сутність понять раціонального та нераціонального попиту?

Які три етапи включає оцінка конкурентоспроможності товару, що йде на експорт?

Які три головних напрями при оцінюванні конкурентних властивостей виробу?

Які три вирішальних чинники визначають високу конкурентоспроможність фірми?

У чому полягає основа та мета державної програми забезпечення конкурентоспроможності національної економіки?

Теми для обговорення

Складові успіху фірми на міжнародному ринку.

Чинники галузевої конкуренції.

Світова практика оцінювання національної конкурентоспроможності.

Конкурентоспроможність товару як економічна категорія.

Оцінювання конкурентоспроможності товару, що йде на експорт.

Критерії та фактори конкурентоспроможності товарів та послуг на світовому ринку.

Система управління якістю у формуванні конкурентних переваг продукції на міжнародних ринках.

Аналіз витрат і собівартості продукції в системі управління міжнародною конкурентоспроможністю.

### **Тема 3. Оптимізація факторів міжнародної конкурентоспроможності підприємства**

*Мета і завдання:* за допомогою методів діагностики конкурентної структури ринку здобути навички виявлення рівня інтенсивності конкуренції на релевантному ринку, оцінки конкурентного середовища за моделлю п'яти сил М. Портера.

*План*

- Система показників міжнародної конкурентоспроможності підприємства.
- Внутрішнє та зовнішнє середовище формування конкурентоспроможності підприємств.
- Класифікація внутрішніх факторів забезпечення міжнародної конкурентоспроможності підприємств.
- Конкурентні переваги компанії на міжнародних ринках.
- “Ключові компетенції” підприємств (організацій).

*Ключові поняття:*

Конкурентне середовище, конкурентні переваги, рівні міжнародного конкурентного середовища, ключові компетенції компанії, модель п'яти сил М. Портера.

*Контрольні запитання*

Які ключові групи чинників формування та забезпечення конкурентоспроможності підприємства ви знаєте? Розкрийте утність і рівні міжнародного конкурентного середовища підприємства.

Які етапи, моделі та методи виділяють в діагностиці конкурентного середовища компанії?

Чому ланцюжок створення цінності є основою формування конкурентних переваг?

Які стратегічні активи необхідні для формування ключових компетенцій компанії?

В чому проявляється сутність конкурентних переваг?

Наведіть приклади стратегічних (сталих) конкурентних переваг.

Теми для обговорення

Ієрархія чинників, що визначають

Управління міжнародною конкурентоспроможністю.

Сутність і рівні міжнародного конкурентного середовища підприємства.

Діагностика конкурентної структури ринку. Рівні інтенсивності конкуренції на релевантному ринку

Оцінка конкурентного середовища за моделлю п'яти сил М. Портера.

Перелік тактичних та стратегічних чинників, які формують конкурентну позицію компанії на міжнародному ринку

#### **Тема 4. Оцінка міжнародної конкурентоспроможності підприємства**

*Мета і завдання:* визначити місце підприємства на міжнародному ринку; отримати практичні навички оцінки рівня та інтенсивності конкуренції; дослідити особливості конкурентного середовища підприємства на світовому ринку.

*План*

- Особливості діагностики конкурентного статусу підприємства на світовому ринку.
- Система аналізу міжнародної конкурентоспроможності компанії.
- Оцінка фінансової конкурентоспроможності підприємств.
- Діагностика міжнародної конкурентоспроможності підприємств:

*Ключові поняття*

Конкурентоспроможність товару (послуги) і фірми, споживча цінність товару (послуги), оцінювання конкурентоспроможності товару, комерційні характеристики товару, японська модель управління якістю продукції, критерії та показники конкурентоспроможності

підприємства, програми міжнародної конкурентоспроможності підприємства.

*Контрольні запитання*

Назвіть методи визначення рівня монополізму на ринках промислової продукції.

В чому полягають особливості діяльності підприємства в середовищі досконалої (чистої) конкуренції?

Які особливості діяльності підприємств в середовищі монополістичної конкуренції?

В чому полягають особливості діяльності підприємства в умовах середовища олігополістичної конкуренції?

Назвіть особливості діяльності підприємства в умовах чистої монополії.

Як визначити конкурентоспроможність товару (послуги) і фірми?

В якій послідовності визначаються показники і враховуються чинники міжнародної конкурентоспроможності підприємства?

*Теми для обговорення*

Міжнародне конкурентне середовище підприємства (організації).

Оцінювання рівня та інтенсивності конкуренції на світових ринках.

Основні напрями підвищення міжнародної конкурентоспроможності фірми.

Визначення споживчої цінності товару (послуги) з метою оцінювання міжнародної конкурентоспроможності підприємства.

Державні програми підвищення міжнародної конкурентоспроможності підприємства.

## **Тема 5. Стратегії міжнародної конкурентоспроможності підприємств**

*Мета і завдання:* розкрити суть стратегії конкурентоспроможності як складової загальної стратегії розвитку підприємства (організації); опанувати технологію аналізу та розробки конкурентної стратегії фірми на світовому ринку; показати взаємозв'язок конкуренції та співробітництва як основи сучасної глобальної конкурентної стратегії.

*План*

- Конкурентне середовище та його вплив на формування

- базових стратегій конкурентоспроможності підприємства.
- Стратегії глобальних корпорацій в умовах посилення конкурентної боротьби.
- Стратегічна архітектура Г.Хамела і К.Прахалада.
- Методичні підходи до вибору стратегії забезпечення конкурентоспроможності підприємства.

#### *Ключові поняття*

Стратегія конкурентоспроможності, поле конкурентних стратегій, типи стратегій міжнародної конкурентоспроможності, віолентна («силова») стратегія, патієнтна («нішова») стратегія, комутантна («приспосовницька») стратегія, експлерентна («піонерська») стратегія, конкурентні переваги вузької спеціалізації, диференціація товару, корпоративні стратегії

диверсифікації, конкурентні інноваційні стратегії, SWOT-аналіз, ланцюжок цінностей компанії, індикатор конкурентної сили.

#### *Контрольні запитання*

Що означає стратегія конкурентоспроможності?

Які причини змушують фірми виходити на міжнародний ринок?

Визначте чотири основних типи конкурентної боротьби.

Визначте конкурентні переваги вузької спеціалізації.

У чому полягає нішова стратегія?

Чому диференціація приносить вигоду виробникові?

Які недоліки має диференціація в неспорідненій галузі?

У чому полягає стратегія продажу та ліквідації бізнесу?

Які сторони господарського життя розмежував Шумпетер?

Чому велике підприємство або спеціалізована компанія не можуть займатися проблематичними проектами?

Які головні завдання постають перед фірмою-піонером на кожному етапі розвитку?

Як визначається сила та слабкість компанії?

Які існують ознаки конкурентної сили та конкурентної слабкості компанії?

#### *Теми для обговорення*

Проблеми стратегії піднесення конкурентоспроможності підприємств.

Суттєві відмінності ринку однієї країни від іншої.

Асортиментна політика в рамках силової стратегії.

Конкурентні стратегії в сфері масового виробництва.

Переваги великих фірм у галузі науково-технічного прогресу.

Проблеми стратегії піднесення конкурентоспроможності підприємств.

Теоретичні проблеми неконкурентної приватизації.

Корпоративна стратегія диверсифікованої компанії.

Варіанти поведінки виживання малої фірми у конкурентній боротьбі.

Оцінювання конкурентної позиції компанії.

Методики розробки та оцінювання ефективності стратегії міжнародної конкурентоспроможності.

Оцінювання стратегічного становища компанії за допомогою SWOT-аналізу.

Визначення конкурентної сили та конкурентної слабкості компанії.

## **Тема 6. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства**

*Мета і завдання:* вивчити принципи та завдання управління конкурентоспроможністю підприємства на внутрішньому та світовому ринках, дослідити моделі управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємств.

*План*

- Принципи та завдання управління
- конкурентоспроможністю підприємства на внутрішньому та світовому ринках.
- Моделі управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємств.
- Основні елементи організаційної системи управління міжнародною конкурентоспроможністю компанії.
- Механізм імплементації стратегії міжнародної конкурентоспроможності
- Прогнозування реакції конкурентів на конкурентні заходи компанії.

*Ключові поняття:* управління конкурентоспроможністю, організаційна структура, модель управління, конкурентна перевага, системний підхід до управління міжнародною конкурентоспроможністю, процесний підхід до управління міжнародною конкурентоспроможністю.

*Контрольні запитання*

Що означає системний, стратегічний та процесний

підходи до управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства?

Які особливості маркетингового, динамічного, ресурсного та ситуативного підходів до управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства?

Охарактеризуйте загальні основи концепції управління конкурентоспроможністю.

Як здійснюється організація управління конкурентоспроможністю компанії на світових ринках?

Назвіть основні функції системи управління конкурентоспроможністю.

Дайте характеристику моделей управління конкурентоспроможної компанії

*Теми для обговорення*

Новітні моделі та методи управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємств.

Концептуальні засади управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємств.

Механізм імплементації конкурентних стратегій на рівні функціональних підрозділів підприємства.

Типи організаційних структур та їх відповідність конкурентним стратегіям підприємств.

Лідерування та мотивація персоналу в системі формування конкурентних переваг.

## **Тема 7. Галузеві та секторальні імперативи формування конкурентних переваг суб'єктів міжнародних економічних відносин**

**Мета і завдання:** дослідження концепції конкурентоспроможності на мезорівні, формування навиків виявлення загрози проникнення в галузь нових конкурентів; проведення оцінки інтенсивності конкуренції в галузі; розрахунок основних індикаторів міжнародної конкурентоспроможності галузі.

### **План**

- Оцінка рівня та інтенсивності конкуренції на світових
- ринках.
- Фактори економічного зростання галузі у світовому
- господарстві.
- Галузева трансформація світової економіки.
- Сучасні тенденції формування конкурентоспроможності

- галузей світової економіки.
- Конкурентоспроможність галузей України в системі
- світового господарства.

*Ключові поняття:*

Рівень конкуренції, конкурентні переваги, інтенсивність конкуренції, світовий ринок, фактори економічного зростання, галузева трансформація, індикатори міжнародної конкурентоспроможності

*Контрольні запитання*

Які концепції конкурентоспроможності виділяють на мезорівні?

В чому причина суперництва між конкурентами однієї галузі?

Як проявляється конкуренція з боку товарів, які виробляють компанії інших галузей?

Як виявити загрози проникнення в галузь нових конкурентів?

Як здійснюється оцінка інтенсивності конкуренції в галузі?

Назвіть сучасні тенденції формування конкурентоспроможності галузей світової економіки.

Які ви знаєте основні індикатори міжнародної конкурентоспроможності галузі?

*Теми для обговорення*

Фактори економічного зростання галузі у світовому господарстві.

Методика оцінки міжнародної конкурентоспроможності галузей та секторів економіки

Оцінка інтенсивності конкуренції в галузі.

## **Тема 8. Регіональні та локальні виміри міжнародної конкурентоспроможності**

*Мета і завдання:* напрацювання студентами практичних навичок селекції релевантних показників конкурентоспроможності, вмінь застосовувати сучасні кількісні та якісні методи і моделі аналізу конкурентного статусу з метою здійснення комплексної діагностики рівня міжнародної конкурентоспроможності.

*План*

- Міжнародна конкурентоспроможність регіонів.
- Класифікація факторів конкурентного середовища регіону та їх діагностика.
- Система показників та критерії оцінки конкурентоспроможності регіонів.

- Вплив науково-технологічного та виробничого потенціалів на конкурентоспроможність регіону.

*Ключові поняття:* регіон, регіональний ринок, конкурентне середовище, економічний потенціал регіону, конкурентоспроможність регіону, національне господарство.

*Контрольні запитання*

Які ви знаєте зовнішні умови міжнародної конкурентоспроможності підприємств?

Якого головного принципу необхідно дотримуватись у податковій політиці?

Які дії є недобросовісною конкуренцією?

Як визначається поняття демпінгу?

Який рівень міжнародної конкурентоспроможності можна вважати достатнім?

У чому полягають сприятливі умови для досягнення міжнародної конкурентоспроможності українських підприємств?

Назвіть сучасні моделі оцінки конкурентоспроможності регіонів.

Чи можна вважати регіон як складову конкурентоспроможності національних господарств світової економіки?

*Теми для обговорення:*

Новітні дослідження регіональної конкурентоспроможності країн.

Регіон в системі сучасного світового господарства.

Сутність і структура регіонального ринку.

Класифікація факторів конкурентного середовища регіону та їх діагностика.

Модель конкурентоспроможності регіонів та її складові. Природно-ресурсний потенціал та його вплив на конкурентоспроможність регіону.

## **Тема 9. Кластери у системі формування міжнародної конкурентоспроможності підприємств**

*Мета і завдання:* узагальнення наукових здобутків та обґрунтування основних положень щодо доцільності створення і функціонування кластерів як інструменту підвищення конкурентоспроможності національної економіки в умовах глобалізації; дослідження феномену кластера в економіці, виявлення перешкод та можливостей розвитку кластерних формувань в економіці України.

### *План*

- Етапи формування та розвитку кластерів. Види та класифікація кластерів.
- Конкурентні переваги та ключові фактори успіху суб'єктів кластерів.
- Інноваційна конкурентоспроможність підприємств в технокластерах.
- Модель конкурентного інформаційного середовища і каналів зв'язку в кластерах.

*Ключові поняття:* концентрація, спеціалізація, кластер, технокластер, кластерний аналіз, теорія кластерних систем, конкурентні переваги, ключові фактори успіху, інноваційна конкурентоспроможність, модель конкурентного інформаційного середовища, канали зв'язку в кластерах.

### *Контрольні запитання*

Які новітні теорії кластерних систем ви знаєте?

Чи ефективні інноваційні кластери в умовах техноглобалізму?

В чому проявляються конкурентні переваги технологічних кластерів в глобальній інноваційній системі?

Охарактеризуйте модель конкурентного інформаційного середовища в кластерах.

Охарактеризуйте модель каналів зв'язку в кластерах.

Які проблеми підвищення глобальної конкурентоспроможності національної економіки ви знаєте і яка роль кластерів у вирішенні цих проблем?

Як вписується модель кластеризації економіки в сучасні теорії міжнародної конкурентоспроможності суб'єктів міжнародних економічних відносин?

### *Теми для обговорення:*

SWOT-аналіз розвитку кластерних формувань в економіці України

Кластери у системі формування конкурентних переваг суб'єктів МЕН.

Еволюція теорії кластерних систем. Класифікація кластерів.

## **Тема 11. Сучасні конкурентні політики та їх ефективність**

*Мета і завдання:* дослідити конкурентну політику в сучасних умовах розвитку світового господарства та вивчити правові засади її

формування в різних країнах, визначити сфери реалізації конкурентної політики країн світу

*План*

- Форми, методи та інструменти регулювання конкуренції
- на національному і міжнародному рівні.
- Система формування та реалізації конкурентної
- політики.
- Цілі конкурентного законодавства.
- Еволюція становлення та розвитку політики
- регулювання конкурентних відносин.
- Структура та основні елементи законодавства з питань
- конкуренції в країнах світу.

*Ключові поняття:* конкурентна політика, антимонопольна політика, антиконкурентні угоди, домінуюче положення, економічна концентрація, природна монополія, органи регулювання конкуренції, Європейська Комісія, ООН, СОТ, конкурентні відносини.

*Контрольні запитання*

Визначте основні напрями формування стратегії українських підприємств на міжнародних ринках.

З яких етапів повинна складатися методика розробки стратегії виходу підприємства на світовий ринок?

Які зовнішні чинники ускладнюють цілеспрямовану інтеграцію української економіки?

Які можуть бути стратегічні пріоритети української економіки?

Який рівень міжнародної конкурентоспроможності можна вважати достатнім?

У чому полягають сприятливі умови для досягнення міжнародної конкурентоспроможності українських підприємств?

Які Ви знаєте зовнішні умови міжнародної конкурентоспроможності українських підприємств?

Теми для обговорення:

Правові засади формування політики ЄС у сфері конкуренції.

Регулювання антиконкурентних угод та обмежувальної ділової практики.

Контроль за зловживаннями домінуючим положенням на ринку.

Контроль та регулювання економічної концентрації.

Особливості конкурентного законодавства США.

Права та функції органів регулювання конкуренції у світовому господарстві.

Міжнародні угоди в сфері конкурентної політики  
Характеристика системи формування та реалізації  
конкурентної політики країни.  
Особливості конкурентного законодавства США, ЄС та Японії.

## **Тема 12. Глобальна конкурентоспроможність**

*Мета і завдання:* визначити поняття глобалізму, основні причини глобалізації, проаналізувати джерела глобальної конкурентної переваги, визначити тенденції, що впливають на глобальну конкуренцію.

### *План*

- Сутність та причини економічного глобалізму.
- Джерела та чинники досягнення глобальної конкурентоспроможності.
- Перешкоди на шляху глобальної конкуренції.
- Сучасні прояви економічного глобалізму та їх вплив на інтенсифікацію конкуренції.
- Диверсифікація виробничих та управлінських моделей
- ТНК у світогосподарських процесах.
- Розробка та впровадження глобальної стратегії корпорацій.
- Багаторівнева система глобальної конкуренції.
- Диспозиція суб'єктів глобальної конкуренції.

### *Ключові поняття*

Економічний глобалізм, причини глобалізації, глобальна конкурентоспроможність, глобальна стратегія корпорацій, джерела глобальної конкурентоспроможності.

### *Контрольні запитання*

Які причини зумовили виникнення економічного глобалізму?

Які існують ринкові фактори глобалізації?

Що сприяло виникненню глобалізації?

Що є джерелами глобальної конкурентної переваги?

Які існують перешкоди на шляху глобальної конкуренції?

Що означає глобальна стратегія корпорації?

Які виділяють етапи при виробленні глобальної стратегії конкуренції?

З якими явищами змушені рахуватися конкуренти на глобальному ринку?

Що являє собою системна конкуренція?

Які існують труднощі в проведенні аналізу конкуренції?  
Які тенденції впливають на глобальну конкуренцію?  
Що являє собою агресивна індустріальна політика?  
Що є стратегічною турботою фірми, яка намагається конкурувати глобально?

*Теми для обговорення:*

Ознаки та характерні риси глобалізації як суспільного процесу.

Якісні та кількісні ознаки і показники що характеризують розвиток глобальної конкуренції.

Суперечливий характер впливу процесів глобалізації на національні економіки.

Багаторівнева система глобальної конкуренції.

### **Методичні поради до виконання самостійної роботи**

При самостійній роботі з навчальними книгами, в Інтернеті та при підготовці до контролю з дисципліни „ Управління міжнародною конкурентоспроможністю” потрібно звернути особливу увагу на наступне.

1. Поглиблене і детальне ознайомлення з:
  - ключовими поняттями та термінами;
  - економічними закономірностями;
  - використанням підприємства в галузях народного господарства;
  - економічними основами діяльності підприємства;
  - економічною ефективністю.
2. Нагадуємо що при роботі з першоджерелами на паперових та електронних носіях потрібно складати конспект з посиланням на авторів, щоб уникнути плагіату.
3. Якщо обрана Вами тема самостійної роботи має відношення до елементів комплексу маркетингу, то можна оформити належним чином звіт і надати його викладачу для перевірки.
4. При підготовці до тестового контролю радимо використати тренінгові тестові програми.
5. Лекційного конспекту та робочого зошиту достатньо для складання тестового контролю на позитивну оцінку.

*Орієнтовна тематика рефератів та тем наукових статей*

Реферативна робота має бути виконана на аркушах формату А4 (210×297). Аркуш повинен мати поля: ліве – 30 мм., верхнє – 20 мм., праве – 10 мм., нижнє – 20 мм. Якщо текстова частина є машинописною, то вона повинна бути виконана текстовим редактором Word, шрифт Times New Roman, розмір 14 з полуторним міжрядковим інтервалом згідно ДСТУ 8302-2015.

Працюючи над реферативною роботою, треба пам'ятати, що її цінність значною мірою залежить від висновків, які студент зробить самостійно на основі опрацьованого матеріалу.

Характеристика будь-якого питання повинна спиратися на статистичний матеріал.

Реферат виконується по одній із тем за тематикою, яка подається нижче. Кожен студент вибирає тему реферату за номером, який відповідає порядковому номеру його прізвища в алфавітному списку студентів академічної групи.

Реферат формується на 10-15 сторінках тексту і може стосуватися наступної тематики:

1. Роль конкуренції в ринковій економіці та економічна природа конкурентної боротьби.

2. Конкуренція на внутрішньому і зовнішньому ринках: характеристика та відмінності.

3. Міжнародна конкурентоспроможність суб'єктів міжнародних економічних відносин в умовах глобалізації.

4. Міжнародне конкурентне середовище суб'єктів міжнародних економічних відносин.

5. Міжнародна конкурентоспроможність суб'єктів міжнародних економічних відносин: основні категорії та поняття.

6. Міжнародна конкурентоспроможність підприємств в умовах глобалізації.

7. Детермінанти міжнародної конкурентоспроможності підприємства в умовах економічного глобалізму.

8. Елементи і характеристика динамічних конкурентних переваг суб'єктів міжнародних економічних відносин.

9. Фактори високого конкурентного статусу міст в умовах глобалізації.

10. Новітні методи конкурентної боротьби в умовах глобальної конкурентної боротьби.

11. Міжнародна конкурентоспроможність товарів (послуг).

12. Інтенсивність конкуренції на світових ринках в умовах глобалізації.

13. Сутність факторів, що впливають на рівень та інтенсивність конкуренції на міжнародних ринках.

14. Міжнародна конкурентоспроможність підприємств за теорією М.Портера.

15. Принципи формування та підходи до реалізації стратегії конкурентоспроможності суб'єктів міжнародних економічних відносин.

16. Міжнародні конкурентні стратегії підприємств в умовах глобалізації.

17. Особливості конкурентних стратегій у сфері масового виробництва.

18. Особливості конкурентних переваг вузької спеціалізації.

19. Особливості конкурентних інноваційних стратегій.

20. Особливості конкурентних стратегій у сфері малого бізнесу.

21. Порівняльна характеристика основних видів стратегій конкурентної боротьби.

22. Конкуренція і конкурентні переваги підприємств та їх вплив на формування корпоративних стратегій діяльності суб'єктів господарювання.

23. Етапи формування стратегії забезпечення міжнародної конкурентоспроможності підприємств.

24. Особливості конкурентних переваг підприємств в умовах економічної глобалізації.

25. Цілі та особливості формування основних стратегій конкурентної боротьби.

26. Конкурентне середовище та його вплив на формування базових корпоративних стратегій.

27. Міжнародна конкурентоспроможність суб'єктів міжнародних економічних відносин.

28. Міжнародна конкурентоспроможність національних економік.

29. Передумови підвищення міжнародної конкурентоспроможності економіки України.

30. Міжнародні конкурентні переваги економіки України.

31. Ключові внутрішні передумови підвищення міжнародної конкурентоспроможності українських підприємств.

32. Порівняльна характеристика основних підходів до оцінки

33. глобальної конкурентоспроможності національної економіки.

34. Основні фактори та показники міжнародної конкурентоспроможності країн в умовах глобалізації.

35. Міжнародні перспективи реалізації національних конкурентних переваг.

36. Роль держави у нарощенні міжнародної конкурентоспроможності суб'єктів міжнародних економічних відносин.

37. Шляхи підвищення міжнародної конкурентоспроможності економіки України.

38. Міжнародна конкурентоспроможність українських підприємств в умовах транснаціоналізації.

39. Особливості процесів конкурентної боротьби в світовій економіці

40. Загострення конкуренції в умовах глобалізації.

41. Особливості оцінки міжнародної конкурентоспроможності підприємств.

42. Процеси глобальної конкурентної боротьби в умовах глобалізації.

43. Конкурентні переваги технологічних кластерів в глобальній інноваційній системі.

44. Модель конкурентного інформаційного середовища і каналів зв'язку в кластерах.

45. Проблеми підвищення глобальної конкурентоспроможності національної економіки.

46. Сучасні теорії міжнародної конкурентоспроможності суб'єктів міжнародних економічних відносин.

47. Сучасні особливості формування конкурентної структури міжнародної торгівлі в умовах глобалізації.

48. Суперечливий характер впливу процесів глобалізації на конкурентоспроможність національних економік.

49. Методи використання переваг транснаціоналізації для

50. підвищення міжнародної конкурентоспроможності суб'єктів міжнародних економічних відносин.

51. Регулювання конкуренції на національному та міжнародному рівнях.

52. Структура конкурентного законодавства та його особливості у країнах високого конкурентного статусу.

53. Конкурентні виклики економічного глобалізму для національних економік.

54. Формування конкурентного середовища постіндустріального інформаційного розвитку.

55. Глобальна конкурентоспроможність України в глобальній економічній системі.

### ***Виконання індивідуального науково-дослідного завдання***

Індивідуальне науково-дослідне завдання з дисципліни «Управління міжнародною конкурентоспроможністю» має за мету систематизацію, узагальнення і закріплення теоретичних знань, отриманих студентами на лекціях та практичних заняттях, а також при самостійному вивченні літератури з одного або декількох розділів дисципліни.

В звіті мають бути відображені теоретичні та практичні питання з обраної теми.

З викладачем студент погоджує план звіту з виконання індивідуального науково-дослідного завдання, термін виконання окремих розділів, методи та об'єкт дослідження.

Робота повинна бути виконана і здана на кафедру для перевірки викладачу у відповідності із графіком.

Матеріал звіту з виконання індивідуального науково-дослідного завдання повинен свідчити про те, що студент:

- повно і комплексно опрацював матеріал;
- на достатньому рівні володіє спеціальною літературою з обраної проблеми;
- самостійно, на основі теоретичних джерел та фактичного матеріалу глибоко проаналізував питання, які досліджувалися;
- зробив загальні та конкретні висновки і рекомендації щодо поліпшення роботи підприємства або окремого його підрозділу.

Структура звіту з виконання індивідуального науково-дослідного завдання складається з наступних частин:

Заголовки таких частин дипломного проекту як "ВСТУП", "ЗМІСТ", "СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ", "ДОДАТКИ" друкують великими літерами симетрично до тексту. Не нумерують. Крапку в кінці не ставлять. Відстань між заголовком та текстом повинна дорівнювати двом міжрядковим інтервалам. Заголовки не виділяються жирним шрифтом і не підкреслюються. Висота шрифту 14 пт. Шрифт Times New Roman.

Текст звіту з виконання індивідуального науково-дослідного завдання поділяють на: розділи та підрозділи. Розділи друкують великими літерами з абзацного відступу. Після номера розділу і в кінці назви розділу крапку не ставлять. Перенос в словах назви розділу заборонено. Відстань між назвою розділу та текстом повинна дорівнювати двом міжрядковим інтервалам.

Заголовки розділів не виділяються жирним шрифтом і не підкреслюються. Висота шрифту 14 пт. Шрифт Times New Roman.

Курсова робота складається із наступних складових:

- титульний аркуш;
- зміст;
- вступ;
- основна частина;
- висновки;
- список використаної літератури;

- додатки (при необхідності).

Зміст подають на окремому аркуші. Він містить перелік згідно із структурою роботи (розділи, підрозділи, пункти) з окремими номерами початкових сторінок.

У вступі обґрунтовується актуальність та значення досліджуваної проблеми, окреслюються питання, які будуть розглянуті в роботі, подається коротка характеристика об'єкту дослідження. Вступ не виділяється окремими номером. Вступ розкриває сутність, загальну характеристику індивідуальної роботи в такій послідовності: актуальність теми, мета та завдання курсового дослідження, предмет дослідження, теоретична та методологічна основа індивідуальної роботи (наприклад, провідні вчені, які працюють над окресленими проблемами). Наприкінці визначають загальну структуру та обсяг роботи, кількість таблиць, малюнків, графіків, додатків. Обсяг вступу 1 – 2 сторінки. Звіт має характеризуватися чіткістю побудови, логічною послідовністю і конкретністю матеріалу, точністю формулювань, обґрунтованістю висновків і пропозицій. Список використаних джерел формується згідно вимог ДСТУ 8302:2015.

**Теоретична частина. Розкрийте зміст наступних аспектів управління міжнародною конкурентоспроможністю:**

А. Оцінити міжнародну конкурентоспроможність продукції (послуг) підприємства (чинники міжнародної конкурентоспроможності продукції (послуг); система управління витратами та система управління якістю, оцінка рівня міжнародної конкурентоспроможності продукції (послуг)).

Б. Охарактеризувати конкурентне середовище підприємства чи організації (чинники міжнародної конкурентоспроможності; діагностика конкурентного середовища підприємства за моделлю п'яти сил М.Портера; оцінка ступеню інтенсивності конкуренції; конкурентна карта ринку та стратегічних груп; факторний аналіз динаміки виручки підприємства).

В. Проаналізувати конкурентні переваги підприємства чи організації (конкурентні переваги, якими володіє компанія та конкурентні переваги, якими володіють її конкуренти; пропозиції щодо шляхів нарощування або підтримки наявних конкурентних переваг та формування нових конкурентних переваг; конкурентні заходи, які здійснює підприємство та матриця можливих реакцій на них конкурентів; оцінити конкурентний статус організації; оцінка рівня міжнародної конкурентоспроможності компанії).

Г. Охарактеризувати конкурентні стратегії підприємства і організації на міжнародних ринках (тип конкурентної стратегії; складові стратегії забезпечення міжнародної конкурентоспроможності; SWOT-аналіз та висновки про сильні та слабкі сторони фірми, загрози та можливості; пропозиції щодо розвитку конкурентної стратегії та її адаптації до особливостей міжнародного середовища).

Д. Охарактеризувати систему управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства чи організації (особливості процесу планування конкурентоспроможності на підприємстві; організація процесу прийняття рішень та розподіл повноважень в сфері формування конкурентних переваг на всіх ланках ланцюжка цінностей компанії; оцінка відповідності організаційної структури компанії її конкурентній стратегії; система мотивації персоналу до інноваційної діяльності; періодичність моніторингу конкурентоспроможності).

**Практична частина. Здійсніть порівняння міжнародної конкурентоспроможності підприємства (галузі) з іншим підприємством (галуззю).**

При цьому слід обрати і вказати галузь та напрямки діяльності цих підприємств, вписати в таблиці уявні проте реалістичні вихідні дані, які б не суперечили одне одному. Вихідні дані до виконання практичної частини звіту з індивідуальної науково-дослідної роботи студента узгоджуються з викладачем. Після цього здійснити розрахунок рівня конкурентоспроможності і зробити економічні висновки. Рівень

конкурентоспроможності аналізованого підприємства слід також зобразити графічно – у формі багатокутника конкурентоспроможності (або, на вибір – радара конкурентоспроможності).

Зразок оформлення:

Міністерство освіти і науки України  
Національний університет водного господарства та  
природокористування  
Кафедра економіки підприємства і міжнародного бізнесу

**ЗВІТ З ІНДИВІДУАЛЬНОЇ РОБОТИ**  
з дисципліни:  
**«Управління міжнародною конкурентоспроможністю»**

**Виконав:** студент .....  
форми навчання  
.....

**Перевірив:** к.е.н., доцент  
.....

**Рівне – 20\_\_**

### 3. ТЕСТОВА ПРОГРАМА

#### *Вікриті тестові запитання*

##### **«Конкурентне середовище підприємства»**

Запитання 1. Є три види конкурентної поведінки – конкуренція між продавцями, конкуренція між покупцями та .... На яких ринках вони домінують?

Запитання 2. Назвіть чотири функції конкуренції як економічної категорії. Який зміст кожної з них?

Запитання 3. Назвіть хоча б чотири методи добросовісної конкуренції.

Запитання 4. Назвіть хоча б чотири методи недобросовісної конкуренції.

Запитання 5. Назвіть чотири рівні монополізації ринку.

Запитання 6. Назвіть три ознаки конкурентоспроможності підприємства.

##### **«Поняття та економічне значення конкурентних переваг»**

Запитання 1: Назвіть принаймні чотири бар'єри входу в галузь.

Запитання 2: Назвіть два бар'єри виходу з галузі.

Запитання 3: Яким є критичне значення частки ринку, при якому одне підприємство визнається монополістом?

Запитання 4: Монопольним вважається стан кожного з трьох суб'єктів господарювання, якщо ...

Запитання 5: Що вважається недобросовісною конкуренцією

Запитання 6: Що таке економічна концентрація і що нею вважається в Україні?.

Запитання 7: Назвіть відмінності трьох основних світових систем антимонопольного регулювання.

Запитання 8: Економічний зміст індексу концентрації.

Запитання 9: Економічний зміст індексу Херфіндаля-Фішера.

Запитання 10: які фактори враховуються при складанні «конкурентної карти ринку».

Запитання 11. Яка різниця між ринковими факторами успіху та ключовими компетенціями?

Запитання 12: Ключове джерело конкурентних переваг до початку ХХ ст. Який це етап?

Запитання 13: Ключове джерело конкурентних переваг 60-70 р.р. ХХ ст. Який це етап.

Запитання 14: Ключове джерело конкурентних переваг 70 – 80 р.р. ХХ ст. Який це етап.

Запитання 15: Ключове джерело конкурентних переваг до кінця ХХ – поч.. ХХІ ст. Який це етап.

Запитання 16: Дві основні властивості конкурентних переваг.

Запитання 17: Назвіть хоча б чотири внутрішні переваги підприємства.

Запитання 18: Назвіть хоча б три зовнішні переваги підприємства.

Запитання 19: чим відрізняються абсолютні та порівняльні конкурентні переваги?.

Запитання 20: Якій економічній теорії протиставлялася теорія абсолютних переваг?

Запитання 21: Два види абсолютних переваг згідно А.Сміта. Чим вони відрізняються?

Запитання 22: А.Сміт вважав, що абсолютні переваги досягаються тоді, коли...

Запитання 23: Позитивні наслідки міжнародної спеціалізації згідно А.Сміта:

Запитання 24: Сформулюйте «Закон інтернаціональної вартості» Мілла.

Запитання 25: Відповідно до закону інтернаціональної вартості, якщо дві країни із закритими ринками відкривають їх для товарів, що мають різні відносні ціни, то ціни на ці товари на новоствореному відкритому ринку, встановлюються на рівні... між найнижчою та найвищою ціною...

Запитання 26: Відповідно до закону інтернаціональної вартості, товари з відносно високими порівняльними цінами будуть...

Відповідь: поступово витіснятися імпортом

Запитання 27: Яка різниця між індексом відкритої порівняльної переваги та індексом відкритої імпоротної переваги:

Відповідь: в одному випадку розраховується на основі експорту, в іншому – імпорту.

Запитання 28: Якщо чистий індекс експорту NEI дорівнюватиме 1, то товар...

Відповідь: тільки експортуватиметься.

Запитання 29: Який показник дозволяє здійснити інтерсекторальне порівняння конкурентоспроможності?

Коефіцієнт витрат внутрішніх ресурсів DRC.

### **«Формування конкурентної стратегії»**

Запитання 1. Вкажіть типи стратегій згідно поділу рівнів ухвалення стратегічних рішень І.Ансоффа.

Запитання 2. Вкажіть типи конкурентних стратегій відповідно конкурентної переваги на ринку М.Портера.

Запитання 3. Чим відрізняються стратегія цінового лідерства та фокусування?

Запитання 4. Назвіть типи стратегій конкурентної поведінки.

Запитання 5. Якщо стратегічною перевагою є унікальність, а стратегічною метою – діяльність у рамках всього ринку, обирається стратегія...

Запитання 6. Якщо стратегічною перевагою є унікальність, а стратегічною метою – діяльність лише у конкретному сегменті, обирається стратегія...

Запитання 7. Якщо стратегічною перевагою є низькозатратність, а стратегічною метою – діяльність у рамках всього ринку, обирається стратегія...

Запитання 8. Чим відрізняється економія на масштабах та економія на досвіді?

Запитання 9. Якою є основна стратегія фірм, що що діють в галузях, які знаходяться в стані стагнації або спаду?

Запитання 10. Що таке фірма-віолент?

### **«Поняття та методи оцінювання конкурентоспроможності продукції»**

Запитання 1: Назвіть хоча б три поняття, які мають на увазі при згадуванні конкурентоспроможності?

Запитання 2: Від яких груп чинників залежить конкурентоспроможність продукції?

Запитання 3: За якими стадіями відтворення продукту можна виокремити фактори конкурентоспроможності товару?

Запитання 4: Який третій фактор конкурентоспроможності, поруч із якісними та ціновими характеристиками, може відігравати пріоритетну роль при її оцінюванні?

Запитання 5: Що таке споживчі властивості товару і в яких одиницях вони вимірюються?

Запитання 6: Що таке ціна споживання товару і що в нею включається?

Запитання 7: Чим відрізняються органолептичні, реєстраційні, вимірювальні, експериментальні та соціологічні методи оцінки одиничних критеріїв конкурентоспроможності?

Запитання 8: В чому полягає методика розрахунку конкурентоспроможності за допомогою радара конкурентоспроможності.

Запитання 9: Назвіть три методи оцінки конкурентоспроможності і чим вони відрізняються?

Запитання 10: Назвіть показники раціональності асортименту ?

### **Методи оцінювання конкурентоспроможності підприємства**

Запитання 1: Назвіть основні етапи аналізу конкурентів / питання на які потрібно дати відповідь?

Запитання 2: Охарактеризуйте загальний вигляд інтегрального показника конкурентоспроможності підприємства?

Запитання 3: За якими стадіями відтворення продукту можна виокремити фактори конкурентоспроможності товару?

Запитання 4: В чому полягає розрахунок показників динаміки певних коефіцієнтів при оцінці ефективності господарської діяльності? Які коефіцієнти при цьому оцінюються?

Запитання 5: Який метод використовується для стандартизації різновеличинних показників? Як визначається стандартизований показник?

Запитання 6: Як визначається інтегральний показник ефективності господарської діяльності або ефективності фінансової діяльності підприємства за методом відстаней?

Запитання 7: З якою метою розраховується коефіцієнт конкордації Кендала?

Запитання 8: Назвіть хоча б два показники оцінювання міжнародної конкурентоспроможності галузей.

### **Вимірювання якості продукції та основні підходи до управління конкурентоспроможністю**

Запитання 1. Яка різниця між встановленими та передбачуваними потребами?

Запитання 2. Яка різниця між поняттями абсолютного та відносного рівня якості?

Запитання 3-6: В чому сутність такого інструмента контролю якості як контрольний список, діаграма Парето, причинно-наслідкова діаграма, гістограма?

Запитання 7. Що таке стратифікація?

Запитання 8. Як розрахувати рівень дефектності партії товарів?

### **Закриті тестові запитання**

*Теоретичні засади моделі досконалої конкуренції закладено:*

Д.Рікардо;

А. Смітом;

Дж. С. Міллем.

*Основи теорії нової моделі конкуренції – монополістичної закладено:*

Д.Рікардо;

І. Шумпетер, Ф. А. Хайек;

А. Маршалл.

*У вузькому смислі предметом конкуренції є:*

товар або послуга, через які підприємства-суперники намагаються завоювати прихильність та гроші споживача; певне благо, що його втілює у собі товар чи послуга; всі відповіді вірні.

*Конкуренція, предметом є невзаємозамінні товари та послуги, а результатом є встановлення середньої норми прибутку в економіці в цілому – це...:*

- міжфірмова або внутрішньогалузева конкуренція;
- міжгалузева конкуренція;
- міждержавна та міжрегіональна конкуренція.

*Функція конкуренції, яка проявляється в обмеженні економічної потужності кожного підприємства (якщо монополіст може призначати єдино можливу ціну, то конкуренція надає покупцеві можливість вибору серед декількох продавців) - це функція:*

- функція регулювання;
- функція розподілу;
- функція контролю;
- вірна відповідь відсутня.

*Конкуренція, що виникає в ситуації, коли товар, що випускається певним підприємством і поряд з товарами інших фірм задовольняє конкретну потребу споживача, за формою є:*

- предметною конкуренцією;
- видовою конкуренцією;
- функціональною конкуренцією.

*В основі виокремлення ринку продавця і ринку покупця, лежить така класифікаційна ознака, як:*

- ступінь влади;
- залежність від того, хто є покупцем товару і з якою метою він купується;
- простір дії.

*Ринкова ситуація, за якої відносно велика кількість невеликих виробників пропонують схожу, але не ідентичну продукцію. Кожне підприємство даного середовища задовольняє невелику частку ринкового попиту на продукцію, який реалізує підприємство. Це конкурентне середовище:*

досконалої конкуренції;  
монополістичної конкуренції;  
олігополії;  
монополії.

*З-поміж всіх конкурентних сил (за моделлю М. Портера) найбільший вплив здійснює:*

суперництво між конкуруючими продавцями однієї галузі;  
конкуренція з боку товарів, що виробляються фірмами інших галузей, і що є гідними заміниками та конкурентоспроможні за ціною;  
*загроза входу в галузь нових конкурентів.*

*Сила впливу різноманітних груп споживачів на інтенсивність конкуренції є значною за наявності таких умов:*

придбана продукція складає значну частину бюджету споживача, що робить його більш чутливим до змін цін, якості та інших комерційних характеристик виробу;

відсутність ефективних заміників продукції, що постачається, зменшує можливість вибору і зменшує рівень вимог за характерами виробів, що постачаються;

продукція, яку купують, не має суттєвого впливу на якість кінцевої продукції, яку виробляє споживач;

всі відповіді вірні.

*Якщо коефіцієнт відносної концентрації  $K > 1$ :*

ринок неконцентрований;

ринок висококонцентрований;

ринок низькоконцентрований.

*Показник дає можливість оцінити розподіл ринкових часток за допомогою суми квадратів ринкових часток конкурентів. Мова йде про:*

індекс концентрації;

індекс Херфіндаля;

індекс Херфіндаля—Хіршмана;

вірна відповідь відсутня.

*Відсоток споживачів, які називають певну марку товару, коли їх просять назвати першу, що спала їм на думку при прийнятті рішення щодо купівлі особливого виду продукції - це:*

- частка «свідомості»;
- частка «голосу»;
- вірна відповідь відсутня.

*Конкурентна перевага являє собою:*

- скупність навичок і технологій, яка базується на явних та прихованих знаннях, забезпечує формування цінностей у системі клієнта, є оригінальною по відношенню до конкурентів і відкриває доступ до нових ринків;

- стрімке підвищення рівня конкуренції на внутрішньому і зовнішніх ринках;

- суму, яку покупці згодні сплатити за товар або послуги, що пропонує виробник;

- аналіз розвитку світової практики досягнення підприємствами комерційного успіху;

- концентрований прояв переваги над конкурентами в різних сферах (видах) діяльності підприємства;

- окремий сегмент ринку, на якому підприємство діє або на який прагне вийти.

*Внутрішні конкурентні переваги включають:*

- виробничі — продуктивність праці, економність витрат, раціональність експлуатації основних фондів, забезпеченість матеріально-технічними ресурсами, бездефектність;

- управлінські – ефективність і результативність діючої системи менеджменту, ефективність управління оборотними засобами, якістю, виробничими, закупівельними та збутовими процесами, дієвість системи мотивування персоналу;

- кваліфікаційні – професійність, майстерність, активність, творчість персоналу, схильність до нововведень;

- кон'юнктурні — ринкові умови діяльності, конкурентне середовище (кількість і поведінка конкурентів, гострота конкуренції);

організаційні — сучасність, прогресивність, гнучкість, структурованість наявної організаційної структури;

інноваційні — системи і методи розробки та впровадження нових технологій, продуктів, послуг, наявність і впровадження "ноу-хау".

*До зовнішніх конкурентних переваг підприємства можна віднести наступні:*

іміджеві — загальні уявлення споживачів про підприємство та його товари, популярність;

поведінкові — ступінь поширення філософії маркетингу серед працівників підприємства, націленість його діяльності на задоволення потреб споживачів конкретних цільових ринків;

якісні — рівень якості продукції за оцінками споживачів;

спадкові — ринкова культура підприємства, традиції, історія розвитку;

цінові — рівень ринкової влади підприємства та можливості зміни цін;

збутові — портфель замовлень, прийоми та методи розподілу продукції;

комунікаційні — канали і способи розповсюдження інформації про підприємство, наявність і використання зворотного зв'язку.

*Для виділення СЗГ застосовують такі параметри:*

перспективи зростання в даній СЗГ;

перспективи рентабельності виробництва продукції в даній СЗГ;

очікуваний рівень нестабільності внутрішнього середовища.

очікуваний рівень нестабільності зовнішнього середовища.

*Найбільш типовими причинами новацій, що дають конкурентну перевагу, виступають:*

нові технології;

поява нового сегменту галузі;

нові проблеми зі старими кредиторами;

зміна урядового регулювання;

нові або такі, що змінюються, запити споживачів;  
зміна вартості або наявності компонентів виробництва.

*Визначити терміни, зміст яких наведено нижче:*

\_\_\_\_\_ - відчуття вдовolenня або відчуття розчарування, яке виникає у людини, яка порівнює свої попередні очікування та реальні якості придбаного товару.

\_\_\_\_\_ - реалізовані фактори успіху, які мають ринкове походження і безпосередньо сприймаються клієнтом.

\_\_\_\_\_ - сукупність навичок і технологій, яка базується на явних та прихованих знаннях, забезпечує формування цінностей у системі клієнта, є оригінальною по відношенню до конкурентів і відкриває доступ до нових ринків;

\_\_\_\_\_ - сукупність чинників ринкової та ресурсної орієнтації, які можуть вплинути на формування довгострокової конкурентоспроможності фірми і, відповідно, на її стратегічний успіх.

*Що служить синонімом до поняття «конкурентна стратегія»?*

“маркетингова стратегія”;

«стратегія бізнесу»

«портфельна стратегія»;

правильні відповіді b) і c).

*В основі виокремлення стратегії агресорів, стратегії фірм, які займають сегменти з найкращими позиціями, стратегії «середніх» фірм, стратегії фірм, які займають сегменти з високою цінністю, стратегії оборонців лежить така класифікаційна ознака, як:*

конкурентні позиції та маркетингові спрямування;

метод конкуренції фірми на цільовому ринку;

стратегічний профіль фірми;

вірна відповідь відсутня.

*Якої конкурентної стратегії дотримується підприємство, що випускає товар з унікальними характеристиками і реалізує його на конкретному сегменті ринку:*

- лідерство у витратах;
- зосередження на витратах;
- диференціація;
- зосередження на диференціації.

*В якості базових стратегій формування конкурентної переваги М.Портер виокремив:*

- стратегію лідерства у витратах;
- стратегію негайного реагування на потреби ринку;
- стратегію диференціації;
- стратегію зосередження.

*Стратегія найменших сукупних витрат буде ефективною за наступних умов:*

- на ринку переважає цінова конкуренція;
- фірма має велику частку на ринку і можливості доступу до дешевих сировинних ресурсів;
- підвищення цін не означатиме втрату споживачами свого прибутку;
- галузева стандартизація і відсутність ефективної диференціації;
- на ринку переважає нецінова конкуренція;
- попит на продукцію підприємства еластичний за ціною і є однорідним.

*Перспективний для реалізації конкурентної стратегії диференціації ринок характеризується наступним:*

- цінова конкуренція;
- різноманітна структура попиту на продукцію;
- нецінова конкуренція;
- незначна частка витрат споживачів на придбання продукції в структурі їх бюджету;
- наявність широких можливостей виділення товарів на ринку, гарне сприйняття і висока оцінка продукції споживачами;

нерозвиненість стратегії диференціації продукції в галузі.

*Передумовами реалізації стратегія зосередження (фокусування) виступають:*

обмеженість можливостей підприємства щодо обслуговування всього ринку;

державна підтримка діяльності підприємства;

різноманіття споживачів по споживанню і цільовому використанню товару;

відсутність спеціалізації конкурентів на конкретних сегментах ринку.

*Стратегії фірм у відповідь на зміни в конкурентному середовищі галузі на стадії зрілості:*

оптимізація обслуговування;

посилення уваги зниженню витрат;

орієнтація на стратегію фокусування шляхом виявлення, створення і розробки зростаючих ринкових сегментів;

збільшення вигод для споживача шляхом інтеграції.

*Для фірми, що має слабку конкурентну позицію, пропонується будувати свою політику, виходячи з таких стратегічних можливостей:*

стратегія кругового наступу;

стратегія негайного відступу і покидання галузі;

пошук незайнятої ніші;

проходження за лідером.

*Перевагами аналітично-розрахункового методу оцінки конкурентоспроможності товару є:*

кожному товару може бути поставлено у відповідність будь-яке число, що значно полегшує порівняння їх конкурентоспроможності (чим більше число, тим більш конкурентноздатний продукт);

достатньо просте порівняння з товарами-конкурентами;

метод дозволяє визначити ступінь відхилення даного продукту від ідеалу, що і визначає його конкурентоспроможність.

*Метод оцінки конкурентоспроможності, який базується на використанні і співставленні одиничних параметрів аналізованої продукції та бази порівняння - це:*

диференціальний метод;  
комплексний метод;  
змішаний метод.

*Під час оцінки рівня конкурентоспроможності перспективних розробок або імпортової продукції, що вперше з'явилася на ринку найбільш доцільним є використання*

методу експрес-аналізу;  
експертного методу;  
матричного методу.

*Абсолютний рівень якості того чи іншого виробу:*

знаходять шляхом обчислення вибраних для його вимірювання показників без їх порівняння з відповідними показниками аналогічних виробів;

визначають, порівнюючи показники певної продукції з абсолютними показниками якості кращих аналогічних вітчизняних та зарубіжних зразків виробів;

недостатньо характеризує якість продукції, оскільки самі по собі абсолютні значення вимірників якості не відображають ступінь відповідності товару сучасним вимогам..

*До складових управління конкурентоспроможністю продукції відносять:*

управління обслуговуванням в процесі продажу та післяпродажним сервісом;

управління якістю;  
управління зовнішнім середовищем;  
управління витратами;  
управління фінансуванням та інвестиціями.

*Основні підходи до управління конкурентоспроможністю продукції включають:*

відтворювальний підхід;  
другорядний підхід;  
інтеграційний підхід;  
комплексний підхід;  
маркетинговий підхід;  
системний підхід;  
спостережний підхід;  
функціональний підхід.

*Мета управління конкурентоспроможністю підприємства полягає в:*

знищенні усіх реальних та потенційних ринкових суперників;

забезпеченні прибутковості діяльності підприємства за будь-яких змін у його внутрішньому середовищі;

забезпеченні життєздатності та сталого функціонування підприємства за будь-яких економічних, політичних, соціальних та інших змін у його зовнішньому середовищі.

*Конкурентними перевагами великих підприємств є:*

акумулювання коштів у значних масштабах, що дає змогу фінансувати програми з підвищення якості продукції, рекламні кампанії; інноваційні проекти;

низька капіталоємність, швидка окупність вкладень, невисокі експлуатаційні та накладні витрати підприємства;

економія на масштабах виробництва та можливості зниження собівартості продукції;

мобільність, здатність до швидкого реагування на зміни кон'юнктури ринку, оперативність освоєння нової продукції та зміни обсягів виробництва в межах виробничих можливостей.

*Які Вам відомі постулати класичних моделей конкуренції:*

а) досконалої (чистої) конкуренції; недосконалої конкуренції;

монополістичної конкуренції; олігополістичної конкуренції чистої монополії?

*Які Вам відомі сили конкуренції:*

ринкова сила і контроль за умовами угоди з боку постачальників ресурсів;

ринкова сила і контроль за умовами угоди з боку виробників продукції;

ринкова сила і контроль за умовами угоди з боку покупців продукції;

суперництво між конкуруючими продавцями однієї галузі; спроби компанії з інших галузей залучити покупців даної галузі на бік своїх товарів-замісників;

*Якими основними принципами визначається міжнародна конкурентоспроможність:*

конкурентна перевага стосується всієї системи цінностей;

конкурентна перевага впливає в основі з поліпшувань, нововведень та перемін;

конкурентна перевага підтримується тільки завдяки безперервним поліпшенням;

конкурентна перевага потребує постійного збільшення випуску продукції;

підтримка переваги потребує вдосконалення її джерел;

*Які якості повинна мати цільова ніша для досягнення конкурентної переваги:*

цільова ніша повинна бути зручно розташована;

покупці повинні володіти різноманітними потребами;

ланцюг виробництва — витрат повинен відрізнятись від

аналогічного ланцюга, який характерний для іншої ніші?

покупці не повинні володіти різноманітними потребами;

ланцюг виробництва — витрат повинен бути аналогічним ланцюгу, який характерний для іншої ніші?

*Якими основними чинниками визначається місце підприємства (фірми) на міжнародному ринку:*

його здатністю підтримувати конкурентну перевагу над іншими фірмами;

його здатністю знайти і зайняти відповідну нішу; його здатністю утворювати міжнародні об'єднання; його здатністю підтримувати цінову політику;

його здатністю розвиватися?

*Визначте особливі стадії конкурентоспроможності національної економіки:*

розвиток конкуренції на основі ринкових факторів;

розвиток конкуренції на основі факторів виробництва;

розвиток конкуренції на основі інвестицій;

розвиток конкуренції на основі нововведень; стадія конкуренції на основі багатства.

*Визначте основні фактори конкурентного середовища підприємства:*

підприємства, які вступають на ринок і які загострюють конкурентну боротьбу;

споживачі продукції, які чинять тиск на підприємства галузі; держава та її політика в галузі регулювання конкуренції;

постачальники сировини, матеріалів, комплектуючих виробів на га-лузевий ринок;

географічне розташування галузевого ринку.

*Назвіть основні елементи державної політики, яка регулює конкуренцію:*

фінансова політика стимулювання конкуренції; патентно-ліцензійна політика;

антимонопольна політика, яка визначає засоби і методи контролю і обмеження існуючих природних і

державних монополій;

участь держави у виробництві і реалізації продукції; регулювання експорту та імпорту продукції;

державна стандартизація продукції, технологій, умов безпеки; регулювання видобутку корисних копалин, цін на сировину, матеріали, енергію, воду, землю; регулювання розміщення переробних підприємств.

*Якими принципами керуються для визначення конкурентоспроможності товару:*

- урахування собівартості виробництва товару;
- урахування особливостей різних сегментів ринку;
- протилежність цілей і засобів суб'єктів ринку;
- квазістабільність ринкової кон'юнктури в період проведення досліджень;
- переважно раціональна поведінка суб'єктів ринку?

*Визначте основні принципи концепції забезпечення конкурентоспроможності (КС) підприємства:*

- основним показником КС підприємства на оперативному рівні є інте- гральний показник КС продукції;
- на тактичному рівні КС підприємства забезпечується його загальним фінансово-господарським станом і характеризується комплексним показником його стану;
- на стратегічному рівні КС підприємства характеризується інвестиційною привабливістю, критерієм якої є зростання вартості бізнесу;
- на міжнародному рівні КС підприємства визначається кількістю реалізованої продукції на світовому ринку;
- завдання забезпечення КС підприємства включає забезпечення КС продукції і власне КС підприємства.

*На вирішення яких основних проблем повинна бути орієнтована державна програма*

- забезпечення конкурентоспроможності національної економіки:
- створення сприятливих передумов для досягнення конкурентних переваг в усіх детермінантах «національного конкурентного ромба»;
- визначення міжнародних ринків, на яких вітчизняні підприємства можуть мати конкурентні переваги;
- пошук конкурентоспроможних галузей (підприємств);
- організація процесу раціонального використання коштів

державного бюджету на поетапне перетворення цих галузей в галузі, які володіють реальними конкурентними перевагами? визначення міжнародних ринків, на яких вітчизняні підприємства не мають конкурентних переваг.

*Конкуренстпроможною слід вважати таку національну економіку, яка, за умов відкритості, забезпечує:*

стійке зростання життєвих стандартів населення країни; досягнення і утримання національними підприємствами

таких позицій у світовій економіці, коли їхні товари і послуги успішно реалізуються на міжнародних ринках;

забезпечується безперешкодний доступ на внутрішній ринок країни будь-яких іноземних товарів та

послуг;

усталеність соціально-економічного прогресу зі здатністю протистояти кризам.

утримання національними підприємствами таких позицій у світовій економіці, коли їхні проекти успішно реалізуються на внутрішніх ринках;

*Які основні причини виходу підприємства на міжнародний ринок:*

якщо виникає бажання освоїти нові ринки;

якщо підприємство втрачає конкурентну перевагу на внутрішньому ринку;

щоб одержати доступ до родовищ природних ресурсів інших країн;

якщо підприємство проходить санацію;

необхідність досягнення більш низьких витрат?

*Назвіть основні типи стратегій міжнародної конкуренстпроможності:*

патієнтна (нішов стратегія; віолентна (силов стратегія;

маржинальна (граничн стратегія;

комутантна (приспосовницька) стратегія; експлерентна (піонерська) стратегія.

*В яких напрямках повинна здійснювати інвестиції велика компанія для досягнення успіху:*

- створення дієздатного управлінського апарату;
- створення крупного виробництва;
- створення виробничих філіалів у багатьох країнах;
- створення загальнонаціональної потім і інтернаціональної) збутової і маркетингової мережі;
- зниження ціни.

*Які вигоди приносить виробникові диференціація продукції:*

- дає змогу підвищити ціни;
- дає змогу знизити витрати виробництва; захищає від конкурентів;
- формує лояльність до марки;
- відкриває доступ до нових споживачів.

*Які Вам відомі стратегії диверсифікації:* стратегія багатонаціональної диверсифікації; стратегія входження на нові ринки;

- стратегія входження в нову галузь — поглинання, «з нуля», спільне підприємство;
- стратегія диверсифікації в споріднені галузі; стратегія диверсифікації в неспоріднені галузі;
- стратегія вторгнення та ліквідації.

*З яких заходів складається глобальна стратегія корпорацій:*

- об'єднання у всесвітньому масштабі діяльності щодо пошуку, використання джерел постачання та маркетингу; комплексний підхід до комерційної діяльності;
- виявлення найсильніших сторін бізнесу стосовно різних ринків;
- присутність міжнародних корпорацій, які застосовують глобальну стратегію в усіх регіонах світу;
- передачу досвіду провідних ринків іншим.

*Якими принципами обумовлюється достатня пристосованість фірми-піонера до діяльності, пов'язаної з радикальними змінами в економіці:*

готовністю фірми-піонера нести величезні, майже неприпустимі ризики;

здатністю входити одночасно на декілька ринків;

силою конкурентної стратегії фірм-піонерів, яка полягає в тому, що вона лежить в іншій площині, ніж її потужні суперники;

якщо оптимальною формою колективу, який працює над проривною інновацією, є група із сильним лідером;

якщо мотивація фірми-піонера має більш сильний і багатоплановий характер, ніж інші фірми?

*На які запитання необхідно одержати відповіді для того, щоб оцінити конкурентну стратегічну позицію компанії:*

у чому сила і слабкість компанії, які у неї є можливості і що спричинює для неї загрозу;

наскільки ефективна діюча стратегія;

наскільки міцна конкурентна позиція компанії; наскільки міцні позиції конкурентів;

чи конкурентоспроможні ціни та витрати компанії.

*Конкурентоспроможною слід вважати таку національну економіку, яка, за умов відкритості, забезпечує:*

стійке зростання життєвих стандартів населення країни; досягнення і утримання національними підприємствами

таких позицій у світовій економіці, коли їхні товари і послуги успішно реалізуються на міжнародних ринках;

забезпечується безперешкодний доступ на внутрішній ринок країни будь-яких іноземних товарів та послуг;

усталеність соціально-економічного прогресу зі здатністю протистояти кризам.

не дозволяється доступ на внутрішній ринок країни будь-яких іноземних товарів та послуг.

*Які основні причини виходу підприємства на міжнародний ринок:*

- якщо виникає бажання освоїти нові ринки;
- якщо підприємство втрачає конкурентну перевагу на внутрішньому ринку;
- щоб одержати доступ до родовищ природних ресурсів інших країн;
- необхідність досягнення більш низьких витрат;
- якщо підприємство отримує конкурентну перевагу на внутрішньому ринку.

*Назвіть основні типи стратегій міжнародної конкурентоспроможності:*

- патієнтна (нішов стратегія; віолентна (силова) стратегія;
- маржинальна (гранична) стратегія;
- комутантна (приспособницька) стратегія; експлерентна (піонерська) стратегія.

*В яких напрямках повинна здійснювати інвестиції ТНК для досягнення успіху:*

- створення дієздатного управлінського апарату; створення крупного виробництва;
- створення виробничих філіалів у багатьох країнах;
- створення загальнонаціональної (а потім і інтернаціональної) збуто-вої і маркетингової мережі;
- створення благодійних фондів?

*Які вигоди приносить виробникові диференціація продукції:*

- дає змогу підвищити ціни;
- дає змогу знизити витрати виробництва; захищає від конкурентів;
- формує лояльність до марки;
- відкриває доступ до нових споживачів.

*Які Вам відомі стратегії диверсифікації:*

стратегія багатонаціональної диверсифікації; стратегія входження на нові ринки;  
стратегія входження в нову галузь — поглинання, «з нуля», спільне підприємство;  
стратегія диверсифікації в споріднені галузі; стратегія диверсифікації в неспоріднені галузі;  
стратегія вторгнення та ліквідації.

*Що є головним у стратегії малих підприємств:*

здатність швидко знаходити нішу ринку; гнучкість;  
невеликі витрати на виробництво; низький ризик;  
безпека вкладень.

*Який рівень міжнародної конкурентоспроможності можна вважати достатнім? Це такий рівень економіки країн та її підприємств, який забезпечує:*

залучення іноземних інвестицій в економіку країни;  
підтримку зростаючих життєвих стандартів;  
досягнення (збереження) таких позицій у світовій економіці, коли національні товари і послуги успішно реалізуються на міжнародних ринках.

стабільність розширення і якісне поліпшення на основі конкурентних переваг позиції країни на світовому ринку.  
розширення експортно-імпортних операцій з країнами близького і далекого зарубіжжя.

*Які Вам відомі джерела досягнення глобальної конкурентної переваги:*

глобальний досвід;  
порівняльна перевага;  
економія за рахунок масштабів виробництва; економія за рахунок масштабів інвестицій;  
економія за рахунок масштабів матеріально-технічного забезпечення.

*Які заходи з боку уряду можуть перешкоджати глобальній конкуренції:*

преференційна політика, підтримка зайнятості або інші регулятивні норми, від яких виграють місцеві фірми;

тарифи та мита, які обмежуватимуть можливість економії за рахунок масштабів виробництва;

заходи уряду, які обмежують іноземну інвестиційну діяльність;

преференційна політика щодо товарів місцевої фірми;

підтримка урядом місцевої дослідно-конструкторської діяльності.

## 4. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

### Основна література

1. Бугріменко Р. М., Смірнова П. В. Конкурентоспроможність підприємства: навч. посіб. Харків: ТОВ Вид-во «Форт», 2021. 244 с. URL: <https://repo.btu.kharkov.ua/handle/123456789/32078> (дата звернення: 10.05. 2026).

2. Лупак Р. Л., Васильців Т. Г. Конкурентоспроможність підприємства : навч. посіб. Львів : ЛТЕУ, 2016. 484 с. URL: [https://elib.chdtu.edu.ua/e-books/3746?utm\\_source](https://elib.chdtu.edu.ua/e-books/3746?utm_source) (дата звернення: 10.05. 2026)

3. Економічна безпека підприємства : підручник / Дідик А. М. та ін. Львів : НУ «Львівська політехніка», 2019. 624 с. URL: [https://fpk.in.ua/images/biblioteka/3fmb\\_finan/Ekonomichna-bezpeka-pidpruyemstva\\_pidruchnyk.pdf](https://fpk.in.ua/images/biblioteka/3fmb_finan/Ekonomichna-bezpeka-pidpruyemstva_pidruchnyk.pdf) (дата звернення: 10.05. 2026).

4. Дмитрієв І. А., Кирчата І. М., Шершенюк О. М. Конкурентоспроможність підприємства : навчальний посібник / Х. : ФОП Бровін О. В., 2020. 340 с. URL:

[https://duikt.edu.ua/uploads/1\\_2219\\_61764872.pdf](https://duikt.edu.ua/uploads/1_2219_61764872.pdf) (дата звернення: 10.05. 2026).

5. Barney J., Hesterly W. Strategic Management and Competitive Advantage, Pearson : Harlow. 2006. 40 p. URL: [https://api.pageplace.de/preview/DT0400.9781292266961\\_A37749477/preview-9781292266961\\_A37749477.pdf](https://api.pageplace.de/preview/DT0400.9781292266961_A37749477/preview-9781292266961_A37749477.pdf) (дата звернення: 10.05. 2026).

6. Porter M. E. Competitive strategy: techniques for analyzing industries and competitors: with a new introduction. THE FREE PRESS. 2010. 432 p. URL: <http://jjevanlib.ysu.am/wp-content/uploads/2023/02/Michael-E.-Porter-Competitive-Strategy.pdf>

7. Григорова-Беренда Л. І., Шуба М. В. Теорія і практика зовнішньої торгівлі : навчальний посібник. Харків : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2023. 136 с.

8. Дунська А. Р., Жалдак Г. П., Бондар В. Ю. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства : навчальний посібник. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2024. 63 с.

9. Зовнішньоекономічні операції і контракти : навчальний посібник / В. В. Козик та ін. 4-те вид., перероб. і доп. Львів : Магнолія-2006, 2025. 511 с.

10. Міжнародне підприємництво : підручник / А. В. Колодійчук та ін. Львів, 2022. 191 с.

11. Сазонець О. М. Управління міжнародним бізнесом : навч. посіб. Рівне : НУВГП, 2019. 338 с.

### **Допоміжна література**

12. Конкурентоспроможність підприємства: оцінка рівня та напрями підвищення : монографія / Янковий О. Г. та ін. Одеса : Атлант, 2013. 470 с. URL: [https://elib.chdtu.edu.ua/e-books/3744?utm\\_source](https://elib.chdtu.edu.ua/e-books/3744?utm_source) (дата звернення: 10.05. 2025).

13. Arline K. Blue Ocean Strategy: Creating Your Own Market. Business News Daily Contributor. April 1, 2015. URL: <https://www.slidegenius.com/blog/3-ways-blue-ocean-strategyapplies-sales-presentation>. (дата звернення: 10.05. 2026).

14. Шершньова З. Є. Стратегічне управління : підручник / Київ. нац. екон. ун-т. ; 2-ге вид., перероб. і доп. Київ : КНЕУ, 2004. 699 с URL: <https://ir.kneu.edu.ua/items/11eace65-177f-4456-a9fe-961fb11dfdc6> (дата звернення: 10.05. 2026).

15. Саєнко М. Г. Стратегія підприємства : підручник. Тернопіль : Економічна думка, 2016. 390 с. URL: <https://api.dspace.wunu.edu.ua/api/core/bitstreams/097e36e8-4f42-4271-af0a-df9925598946/content> (дата звернення: 10.15.2026).

16. Методичні вказівки до практичних занять та самостійної роботи з навчальної дисципліни «Корпоративне управління: світовий досвід та механізми залучення інвестицій» для здобувачів вищої освіти першого (бакалаврського) рівня за освітньо-професійною програмою «Міжнародний бізнес» спеціальності 292 «Міжнародні економічні відносини». Рівне : НУВГП, 2025. URL: [https://ep3.nuwm.edu.ua/35836/1/07\\_01-23%D0%9C.pdf](https://ep3.nuwm.edu.ua/35836/1/07_01-23%D0%9C.pdf)

17. Методичні вказівки до практичних робіт та самостійної роботи з навчальної дисципліни «Юридичний аудит міжнародного бізнесу» для здобувачів вищої освіти першого (бакалаврського) рівня за освітньо-професійною програмою «Міжнародний бізнес» спеціальності 292 «Міжнародні економічні відносини». Рівне : НУВГП, 2025. URL: <https://ep3.nuwm.edu.ua/35739/1/07-06-83%D0%9C.pdf>

18. Методичні вказівки до проведення практичних занять з навчальної дисципліни «Економічний аналіз» для здобувачів вищої освіти першого (бакалаврського) рівня. Рівне : НУВГП, 2020. URL: <https://ep3.nuwm.edu.ua/17511/>

19. Методичні вказівки до самостійного вивчення навчальної дисципліни «Економіка торгівельного підприємства» для здобувачів вищої освіти першого (бакалаврського) рівня. Рівне : НУВГП, 2023. URL: <https://ep3.nuwm.edu.ua/25820/>

20. Методичні вказівки до практичних завдань з навчальної дисципліни «Логістика» для здобувачів вищої освіти першого (бакалаврського) рівня за освітньо-професійною програмою «Маркетинг» спеціальності 075 «Маркетинг» денної та заочної форм навчання. Рівне : НУВГП, 2019. URL: <https://ep3.nuwm.edu.ua/16733/>

### **Інформаційні ресурси Інтернет**

1. Офіційний веб-сайт Державної служби статистики України. URL <http://www.ukrstat.gov.ua>.

2. Міністерство закордонних справ України. URL: <HTTPS://MFA.GOV.UA/>

3. Організація об'єднаних націй. URL: <https://www.un.org/en>

4. Офіційний сайт Інституту євроатлантичного співробітництва. URL: <http://ieac.org.ua>

5. Офіційний сайт Національного банку України. URL: <https://bank.gov.ua/>

6. United nations conference on trade and development. URL: <https://unctad.org/>

7. World bank open data. URL: <https://data.worldbank.org/>

8. Наукова бібліотека НУВГП (м. Рівне, вул. Олекси Новака, 75). URL: [http://nuwm.edu.ua/MySQL/page\\_lib.php](http://nuwm.edu.ua/MySQL/page_lib.php)