

МІЖРЕГІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ

НАВЧАЛЬНА ПРОГРАМА
дисципліни
«КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА»
(для магістрів)

Київ - 2016

Підготовлено професором кафедри управління персоналом та економіки праці Дорошенко Л. С.

Затверджено на засіданні кафедри управління персоналом та економіки праці (протокол № 4 від 14 листопада 2016 р.)

Схвалено Вченою радою Інституту менеджменту та бізнесу ім. Б. Хмельницького (протокол № 11 від 21 листопада 2016 р.)

Дорошенко Л.С. Навчальна програма дисципліни «Конкурентоспроможність підприємства» (для магістрів). – К.: МАУП, 2016. – 33 с.

Навчальна програма містить пояснювальну записку, тематичний план, зміст дисципліни «Конкурентоспроможність підприємства», завдання для контрольних робіт, вказівки до виконання контрольної роботи, питання для самоконтролю та список літератури.

© Міжрегіональна Академія
управління персоналом (МАУП),

2016

ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

Програма вивчення дисципліни «Конкурентоспроможність підприємства» розроблена відповідно до місця та значення дисципліни та структурно-логічною схемою, передбаченого навчальним планом підготовки магістрів.

Програма забезпечує набуття магістрами системних знань з теоретичних засад та методичних основ формування, діалектики, оцінки конкурентних переваг підприємства, а також управління його конкурентоспроможністю.

Предметом дисципліни є: сучасні концепції, методичні підходи оцінки конкурентоспроможності підприємства та управління нею.

Мета курсу полягає у формуванні в майбутніх фахівців компетентності щодо об'єктивних закономірностей, механізмів та особливостей сучасної конкуренції та конкурентоспроможності підприємства, а також набуття ними практичних навичок та вмінь аналізу конкурентних переваг, діагностики рівня конкурентоспроможності підприємства, розроблення та реалізації заходів щодо її нарощування.

Головним завданням курсу є:

- засвоєння студентами теоретичних знань концептуального рівня, конкретно-теоретичного та практично-прикладного характеру;
- забезпечення усвідомлення студентами ключової ролі конкурентоспроможності підприємства у визначенні його місця на ринку, у виживанні підприємства в умовах конкуренції та досягненні ним успіху в конкурентній боротьбі.

По звершенні вивчення курсу «Конкурентоспроможність підприємства» студент повинен:

- знати:
 - основні конкурентні переваги конкретного підприємства та способи їх досягнення в реальній ситуації;
 - загальні та специфічні чинники, що визначають рівень конкурентоспроможності підприємства;
 - нормативно-правову базу регулювання конкуренції в Україні;
 - теоретичні та практичні аспекти діагностики конкурентної позиції підприємства на ринку;
 - ключові методи та підходи до формування конкурентних переваг підприємства;
 - принципи формування конкурентоспроможності продукції;

- обґрунтування управлінських рішень щодо забезпечення конкурентоспроможності підприємства та його структурних підрозділів;
- сутність концепції управління конкурентоспроможністю підприємства;
- методи оцінювання соціальної конкурентоспроможності підприємства;
- сутність основних методів управління конкурентними перевагами;
- уміти:
 - здійснювати аналіз позиції підприємства у конкурентному середовищі;
 - визначати джерела конкурентних переваг на підприємстві;
 - ідентифікувати всі види конкурентних переваг, якими володіє підприємство, визначити ті, які можуть бути досягнутими в майбутньому для підвищення його конкурентоспроможності;
 - виконувати розрахунки, пов'язані з оцінюванням рівня конкуренції в галузі;
 - визначати масштаби конкурентного галузевого середовища підприємства і оцінювати розстановку сил на ринку;
 - застосовувати методи SWOT, IAP, ZOTS, PIMS, Мак-Кінсі для аналізу конкурентних переваг;
 - оцінювати конкурентоспроможність продукції, персоналу, підприємства;
 - обґрунтовувати організаційно-технічні рішення щодо підвищення якості продукції та продуктивності виробництва;
 - розробляти та реалізовувати програми підвищення конкурентоспроможності підприємства;
 - оцінювати ефективність окремих людей управління конкурентоспроможністю підприємства.

Об'єктивна необхідність теоретичних знань та практичних навичок щодо забезпечення конкурентоспроможності підприємства для майбутніх фахівців обумовлена особливостями сучасного стану ринку, який характеризується постійною зміною зовнішнього попиту, наявністю великої кількості підприємств різних форм власності, підвищенням невизначеності та ринку. В цих умовах для забезпечення виживання підприємства фахівці повинні бути здатними постійно кваліфіковано відстежувати ситуацію в

конкурентному середовищі, адекватно оцінювати її та оперативно реагувати на всі зміни з метою збереження та укріплення позицій підприємства на ринку, забезпечувати його конкурентні переваги.

Якісне та успішне засвоєння програми курсу «Конкурентоспроможність підприємства» вимагає певної бази знань з таких нормативних дисциплін, як «Політична економія», «Мікроекономіка», «Макроекономіка», «Міжнародна економіка», «Економіка підприємства», «Менеджмент», «Маркетинг», що викладається в межах магістерської підготовки майбутніх фахівців.

ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН
дисципліни
«КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА»

№ пор.	Назва змістового модуля і теми
	Змістовий модуль I. Теоретичні засади конкурентних відносин
1	Предмет, метод та завдання дисципліни «Конкурентоспроможність підприємства».
2	Соціально-економічні основи конкуренції.
3	Конкуренція та конкурентоспроможність в ринковій економіці.
4	Державне регулювання конкуренції.
	Змістовий модуль II. Чинники забезпечення конкурентоспроможності підприємства
5	Потенціал конкурентоспроможності підприємства.
6	Формування конкурентних переваг підприємства.
7	Чинники забезпечення конкурентоспроможності підприємства.
8	Технології забезпечення конкурентних переваг підприємства.
9	Стратегії формування конкурентоспроможних переваг підприємства.
	Змістовий модуль III. Методологія аналізу конкурентних переваг підприємства
10	Джерела та методи збору інформації про конкурентів. Конкурентний аналіз.
11	Діагностика конкурентного середовища підприємства.
12	Методи аналізу конкурентних переваг (SWOT, IAP, ZOTS, PIMS, Мак-Кінсі).
13	Аналіз конкурентоспроможності за Ж-Ж. Ламбенем.
	Змістовий модуль IV. Управління конкурентоспроможністю підприємства
14	Конкурентоспроможність продукції та управління нею.
15	Розроблення та реалізація програм підвищення конкурентоспроможності.
Разом годин: 120	

ЗМІСТ
дисципліни
«КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА»

Змістовий модуль I. Теоретичні засади конкурентоспроможних відносин

Тема 1. Предмет, метод та завдання дисципліни «Конкурентоспроможність підприємства»

Конкуренція як іманентна складова економічного буття всіх країн ринкової економічної системи.

Зростання актуальності проблем конкурентоспроможності підприємств у державах з транзитною економікою.

Принципи, методи та технології формування конкурентних переваг. Забезпечення життєздатності підприємства як суб'єкта економічної діяльності.

Форми економічної конкуренції, закономірності формування конкурентних переваг і конкурентоспроможності підприємства.

Понятійно-категоріальний апарат курсу: ринкова економічна система, ринок, конкуренція, фірма, підприємство, конкурентні переваги, конкурентна стратегія, конкурентоспроможність.

Системний та процесний підходи в дослідженні конкурентоспроможності.

Зміст курсу та його логіко-структурна побудова.

Роль і місце курсу «Конкурентоспроможність підприємства» в системі підготовки менеджерів та економістів магістерського рівня.

Література [2, 4, 5, 8]

Тема 2. Соціально-економічні основи конкуренції

Сутність та види економічної конкуренції. Функції конкуренції. Механізм конкуренції. Гнучкість механізму конкуренції.

Цінова конкуренція. Нецінова конкуренція. Міжгалузєва конкуренція. Міжнародна конкуренція. Індекс Харфіндела-Хіршмана.

Основні умови ефективності конкуренції. Модель посилення та розвитку конкуренції. (за А. Смітом).

Конкуренція як рушійна сила ринку. Елементи механізму конкурентної боротьби.

Еволюція поглядів на конкуренцію. Теорія конкурентної переваги М. Портера.

Форми конкуренції. Методи конкуренції. Фактори, що впливають на конкурентну боротьбу.

Конкуренція і підприємство.

Стратегія конкуренції на основі прогнозування діяльності підприємства.

Література [2, 4, 5, 8]

Тема 2. Конкуренція та конкурентоспроможність підприємства

Сутність конкуренції. Основа конкурентних відносин.

Види конкуренції: чиста, досконала, ефективна.

Розвиток теорії конкуренції. Внесок вчених: Адама Сміта, Д. Рікардо, Д. С. Міля, Дж. Робінсона, Дж. Кейнса, Й. Шумпетера, П. Хейне, Ф. А. Хайека, Ф. Найта, К. Р. Макконела, С. Л. Брю, М. Портера, Г. Л. Азаєва, Ю. Й. Коробова, Л. Г. Раменського, Д. Ю. Юданова та ін.

Поведінкове, структурне, функціональне тлумачення конкуренції.

Елементи механізму конкурентної боротьби: методи конкуренції, рівні конкуренції, фактори, що впливають на конкурентну боротьбу, функції конкуренції.

Критерій демонополізації ринку – індекс Харфіндела-Хіршмана (США).

Поняття «конкурентоздатність». Види конкурентоздатності і конкурентоздатності нації, держави, економіки, галузі, фірми, продукції.

Критерії конкурентоздатності: рівень продаж, і стабільне місце на ринку.

Співвідношення конкурентоздатності продукції та конкурентоздатності підприємства – виробника.

Література [1, 2, 4, 7, 18, 19]

Тема 3. Державне регулювання конкуренції

Антимонопольна політика держави – сутність та мета. Антимонопольний комітет України суб'єкт формування антимонопольної політики держави. Напрямки здійснення аналізу та оцінки державної конкурентної політики:

- антимонопольна політика; фінансова політика; регулювання експорту та імпорту на основі ліцензування, квотування; змін у митній політиці; участь держави у виробництві і реалізації продукції у виробництві і реалізації продукції за рахунок встановлення певної частини державної власності на галузевих підприємствах, державних капітальних вкладень, державних замовлень, державних кредитів; державна стандартизація продукції, товарів, технологій, умов безпеки, екологічності виробництва; державне регулювання видобутку корисних копалин, цін на сировину і матеріали, енергію, воду, землю; патентно-ліцензійна політика, що закріплює права на відкриття, раціоналізаторські пропозиції, «ноу-хау»; соціальний захист споживачів шляхом закріплення прав споживачів, створення об'єднань споживачів, використання систем дотацій.

Основні законодавчі акти України, що регламентують порядок конкурентної поведінки фірм в умовах ринкової економіки: Закон «Про обмеження монополізму і недопущення недобросовісної конкуренції (1992 р.), Закон «Про Антимонопольний комітет України» (1993 р.) Постанова Верховної Ради України «Про Державну програму демонополізації економіки і розвитку України» (1993 р.) Конституція України, Закон «Про захист» від недобросовісної конкуренції (1996 р.), Закон «Про природні монополії» (2000 р.), Закон «Про захист економічної конкуренції» (2001 р.), Господарський кодекс України (із змінами та доповненнями станом на 04 вересня 2014 р.).

Методика визначення монопольного положення суб'єктів господарювання на ринку.

Сутність процесу антимонопольного регулювання, його мета та способи.

Поняття демонополізації.

Література[2, 6, 7, 12]

Змістовий модуль II. Чинники забезпечення конкурентоспроможності підприємства

Тема 4. Потенціал конкурентоспроможності підприємства

Поняття «інфраструктура системи визнання конкурентоспроможності підприємства». Елементи інфраструктури – конкурентні потенціали підприємства. Поняття «потенціал». Потенціал комерційного підприємства. Види потенціалів: ресурсний потенціал, потенціал менеджменту, маркетинговий потенціал, збутовий потенціал, потенціал зростання вартості підприємства, потенціал постачальника, потенціал покупця, потенціал життєвого циклу продукції та підприємства, потенціал конкурентної безпеки.

Характеристика окремих видів потенціалів та система показників для оцінки кінцевих результатів їх використання.

Поняття фінансовий, інноваційний, виробничий, логістичний потенціал та їх характеристика.

Література [1, 4, 13, 18, 27]

Тема 5. Формування конкурентних переваг підприємства

Поняття «конкурентна перевага». Конкурентна перевага як найважливіший показник конкурентоспроможності підприємства.

Джерела конкурентних переваг: унікальність товару (послуги, лідерство по витратах, лідерство в ринковій ніші).

Типи конкурентних переваг: перевага в маркетингу, перевага у витратах, перевага в маркетингу або витратах у ринковому сегменті.

Сфери конкурентних переваг: організаційні конкурентні переваги, функціональні конкурентні переваги (маркетинг, виробництво, кадри); конкурентні переваги, засновані на взаємовідношенні із зовнішніми організаціями.

Причини інновацій, що дають конкурентну перевагу: нові технології; нові запити або запити покупців, що змінилися; поява нового сегменту ринку; зміна вартості або наявності компонентів збуту; зміни урядового регулювання.

Принципи досягнення переваг над конкурентами: концентрація ресурсів там, де вони принесуть максимальний ефект; перехоплення ініціативи; маневрування ресурсами з метою скоординованого досягнення загальної мети.

Поняття «ключові фактори успіху».

Зовнішні конкурентні переваги: взаємовідносини зі споживачами; взаємовідносини з постачальниками; взаємовідносини з конкурентами.

Внутрішні конкурентні переваги: інформація; маркетинг; фінанси; технологія; персонал; організація управління.

Класифікаційні ознаки конкурентних переваг: переваги, що базуються на економічних факторах; переваги, засновані на нормативно правових актах; переваги структурного характеру; переваги обумовлені адміністративними заходами; переваги, що визначаються рівнем розвитку інфраструктури ринку; технічні (технологічні) переваги; переваги, обумовлені поінформованістю; переваги, засновані на географічних факторах; переваги, що базуються на демографічних факторах; переваги не правового характеру.

Вплив на конкурентність переваги: вхідних бар'єрів, споживачів продукції, постачальників продукції, товарів замінників (модель М. Портера).

Вплив державної політики на формування конкурентних переваг (антимонопольна політика, фінансова політика стимулювання конкуренції, державна стандартизація продукції, патентно-ліцензійна політика і т. ін.).

Література [2, 3, 4, 11, 15, 23]

Тема 6. Технологія забезпечення конкурентних переваг підприємства

Поняття «конкурента перевага».

Види стратегій, що підтримують конкурентні переваги за М. Портером.

Система факторів конкурентоспроможності національної економіки: стадія факторів виробництва, стадія інвестицій, стадія нововведень, стадія багатства (елементи «національного ромба»).

Детермінанти конкурентної переваги країни (властивості країни, за М. Портером): стратегія фірм, їх структура та суперництво, параметри факторів виробництва (ресурсів) та інфраструктури, параметри попиту на внутрішньому ринку, споріднені та підтримуючі галузі.

Поняття «технологія формування конкурентних переваг».

Принципові особливості таких технологій: систематичний характер виконання, висока відповідальність при розробленні та виконанні; інерційність прояву наслідків підготовлених рішень та її наслідки; складність організаційної підтримки реалізації технологій; інтерактивність; необхідність потужної інформаційної підтримки; багатокритеріальність.

Література [4, 28, 29, 30, 33, 36]

Тема 7. Чинники забезпечення конкурентоспроможності підприємства

Чинники, що впливають на конкурентоспроможність підприємства:

зовнішні – політична ситуація в країні; економічні зв'язки; наявність конкурентів; розміщення продуктивних сил; наявність сировинних ресурсів; загальний рівень техніки та технологій; система управління промисловістю; концентрація виробництва; законодавча база;

внутрішні – система та методи управління фірмою; рівень організації процесу виробництва; система довгострокового планування; орієнтація на маркетингову концепцію; інноваційний характер виробництва.

Система кількісних показників визначення ступеня стійкості підприємства. Показники, що характеризують ефективність виробничо-збутової діяльності (динаміка продаж у вартісному та кількісному виразі, поширення замовлень, обсягу на спрямування інвестицій), ефективність капітальних вкладень, резерви зниження витрат на виробництво.

Виявлення непродуктивних витрат в системі руху товару.

Основні умови забезпечення конкурентоспроможності підприємства: застосування наукових підходів до стратегічного менеджменту; забезпечення єдності розвитку техніки, технології, економіки, управління; використання сучасних методів дослідження та розробок; врахування взаємозв'язку функцій управління на всіх стадіях життєвого циклу об'єкта; формування системи засобів забезпечення конкурентоздатності об'єкта.

Література [1, 4, 7, 11, 17, 19, 32]

Тема 7. Стратегії забезпечення конкурентних переваг підприємства

Сутність поняття «конкурентні стратегії». Фактори вибору стратегії.

Класифікації маркетингових конкурентних стратегій (М. Трейсі та Ф. Вірсема, «Горді леви», «Могутні слони», «Незграбні бегемоти», стратегії «збереження», «пошуку загарбника», «лідерства в ніші», «виходу за рамки ніші»).

Стратегії згідно із загальною конкурентною матрицею Портера. Стратегія лідерства за витратами, стратегія диференціації, сфокусовані стратегії диференціації і лідерства за витратами.

Стратегії згідно з моделлю конкурентних сил.

Стратегії згідно з матрицею конкурентних переваг. Підхід Ф. Котлера до розподілу маркетингових конкурентних стратегій.

Стратегії надбання підприємництвом конкурентної переваги: загальні стратегії конкуренції, напрями та фактори досягнення конкурентних переваг, етапи розробки та реалізації конкурентної стратегії підприємства, стратегії конкурентної поведінки підприємства.

Література [2, 4, 6, 22, 29]

Змістовий модуль III. Методологія аналізу конкурентних переваг підприємництва

Тема 8. Діагностика конкурентного середовища підприємства

Поняття «конкурентне середовище підприємства».

Фактори, що визначають стан конкурентної боротьби (п'ять сил конкуренції): загроза появи нових конкурентів; вплив товарів-замінників; конкурентна сила постачальників; конкурентна сила споживачів; інтенсивність конкуренції на ринку.

Характеристика умов реалізації сил конкуренції.

Шляхи захисту підприємства від появи потенційних конкурентів.

Оцінка факторів конкурентного середовища за моделлю М. Портера.

Сутність експертної оцінки сил конкуренції та ступеня впливу рушійних сил на діяльність підприємства. Методика проведення оцінки.

Конкурентні сили і оцінка їх впливу. Характеристика рушійних сил ринку: інтенсивності зростання довготривалого попиту, змін в параметрах попиту та способах використання продукту, впровадження нових товарів, інновацій, маркетингових інновацій, входу й виходу відомих фірм, змін в державній політиці і регулюванні, зниженні невизначеності та ризику.

Література [2, 34, 36]

Тема 10. Джерела та методи збору інформації про конкурентів. Конкурентний аналіз

Мета і методи аналізу конкурентів. Структура аналізу діяльності конкурентів. Джерела інформації про конкурентів. Методи збору інформації про конкурентів. Частка ринку підприємства. Конкурентна карта ринку. Сутність первинної та вторинної інформації. Основні методи збору інформації про конкурентів. Аналіз документів та його різновиди.

Традиційний аналіз документів. Контент-аналіз. Спеціальні методики спостереження. Опитування та їх роль при зборі інформації про конкурентів.

Література [2, 3, 13, 17, 26, 39]

Тема 12. Методи аналізу конкурентних переваг (SWOT, IAP, ZOTS, PIMS, Мак-Кінсі)

Сутність SWOT-аналізу. Етапи SWOT-аналізу: 1) виявлення конкурентних переваг підприємства; 2) вивчення слабких сторін фірми; 3) аналіз можливих стратегічних і тактичних загроз підприємства; 4) узгодження позитивних сторін підприємства і зовнішнього середовища з негативними.

Зміст методу аналізу IAP. Метод аналізу ZOTS, його особливості та сфери використання.

Аналіз впливу ринкової стратегії на прибуток за методом PIMS. Головні фактори прибутковості: конкурентна ситуація, виробнича структура, ринкова ситуація.

Визначення відповідності структури виробництва структурі потреб.

Фактори, що впливають на розвиток фірми за моделлю Мак-Кінсі.

Показники для оцінки стратегічного положення фірми.

Показники для оцінки привабливості ринку.

Література [4, 13, 17, 24, 35]

Тема 13. Аналіз конкурентоспроможності фірми за Ж. Ж. Ламбеном

Поняття «зовнішня конкурентна перевага». Основа зовнішньої конкурентної переваги. Вплив зовнішньої конкурентної переваги на «ринкову силу» фірми.

Зв'язок стратегії диференціації з зовнішньою конкурентною перевагою.

Сутність та основа внутрішньої конкурентної переваги.

Зв'язок стратегії домінування за витратами з внутрішньою конкурентною перевагою.

Вибір фірмою стратегії в залежності від конкретної ситуації, наявності конкурентних переваг та ресурсів.

Залежність інтенсивності та конкретних форм конкурентної боротьби на ринку від характеру конкурентної ситуації.

Зміст моделі чистої конкуренції.

Поняття «олігополія».

Поняття «конкурентна поведінка». П'ять типів конкурентної поведінки фірми по відношенню до своїх конкурентів.

Фактори аналізу та прогнозування конкурентної поведінки підприємства (за Ж. Ж. Ламбеном): зниження ціни, посилення реклами, підвищення якості.

Поняття «монополістична, або недосконала конкуренція». Ринкова сила підприємства.

Порівняльні характеристики чинної конкуренції та монополії (за рекомендаціями Ж.-Ж. Ламбена).

Література [2, 4, 5, 24]

Змістовий модуль IV. Управління конкурентоспроможністю підприємства

Тема 14. Конкурентоспроможність продукції та управління нею

Комплексний підхід до підвищення якості та конкурентоздатності продукції. Концепція якості продукції в системі внутріфірмового управління.

Основні напрями підвищення якості продукції.

Процес управління якістю продукції та його етапи.

Зміст теорії життєвого циклу товару.

Поняття «конкурентоспроможність товару», її відносний і комплексний характер.

Аналіз конкурентоспроможності продукції.

Рішення, що приймаються на основі результатів оцінки конкурентоспроможності товару.

Параметри оцінки конкурентоспроможності товару: параметри якості (технічні), економічні параметри.

Вибір бази порівняння для оцінки конкурентоспроможності.

Методи оцінки конкурентоспроможності товару: диференціальний, комплексний, змішаний.

Література [4, 5, 16, 19, 25]

Тема 15. Розроблення та реалізація програм підвищення конкурентоспроможності

Загально методичні підходи до управління програмами та проектами.

Концепція розроблення та забезпечення реалізації +програми підвищення конкурентоспроможності підприємства.

Зовнішні та внутрішні передумови необхідності розроблення програм підвищення конкурентоспроможності: необхідність змін у конкурентному

становищі підприємства та їх усвідомлення керівництвом; наявність відповідної організаційної стратегії; чітко визначені цілі; відповідний тип мислення менеджера.

Інші індикатори необхідності розроблення та впровадження програми підвищення конкурентоспроможності для конкретного підприємства.

Принципи управління розробленням та реалізацією програм підвищення конкурентоспроможності підприємства: сполучення єдиноначальності керівника та колегіальних повноважень представників груп для спільного прийняття рішень; наділення керівників повноваженнями щодо прийняття рішень та відповідальністю за їх виконання; організація єдиного керування на всіх стадіях розроблення та реалізації програми; дотримання термінів і збалансованості ресурсів, що використовуються.

Послідовність дій з розроблення та виконання програми підвищення конкурентоспроможності.

Програми підвищення конкурентоспроможності галузі та країни, їх вплив на конкурентоспроможність окремого підприємства.

Міжнародний досвід в сфері розроблення та реалізації програм.

Література [5, 8, 16, 32]

Вказівки до виконання контрольної роботи

Виконання контрольної роботи має на меті активізувати самостійну роботу студента, поглибити та закріпити теоретичні знання, набути практичних навички вирішення конкретних завдань.

Для глибшого засвоєння навчального матеріалу студенти денної форми навчання з кожної теми складають структурно-логічні схеми. Студенти заочної форми навчання виконують контрольну роботу, яка складається з підготовки реферату (за однією із тем, наведених нижче), а також виконання одного із завдань прикладного характеру (варіанти завдань наведені в програмі).

Вимоги до написання реферату.

Тему реферату студент обирає самостійно.

Реферат необхідно написати на білому папері стандартного формату А4. Аркуші необхідно зшити будь-яким способом.

На титульній сторінці контрольної роботи необхідно вказати:

- назву Академії;

- назву інституту;
- назву кафедри;
- назву навчальної дисципліни;
- тему реферату;
- варіант практичного завдання;
- прізвище та ініціали студента, курс, номер академічної групи;
- дату подання контрольної роботи в деканат для перевірки.

Після титульної сторінки подається зміст контрольної роботи з вказівкою сторінок початку окремих її частин.

В тексті реферату слід виділити вступ, три-п'ять підрозділів основного змісту, стислий висновок та список використаної літератури.

При викладені матеріалу реферату необхідно дотримуватись вимог стандартів: поля (праве і ліве) мають бути не менше 20мм.

Обсяг реферату визначається вмінням студента компактно і водночас вичерпно розкривати те чи інше питання, а саме: показати значне питання, що розглядається, оцінити, як воно висвітлене в спеціальній літературі та вирішується на практиці, зробити необхідні узагальнення, висновки та обґрунтувати свої пропозиції. Обсяг реферату не повинен перевищувати 15 сторінок (без врахування титульної сторінки, змісту та списку літератури).

В рефераті необхідно навести ілюстративний матеріал: таблиці, схеми, графіки, діаграми. Обов'язково повинні бути посилання на використану літературу.

Практичні завдання необхідно супроводжувати відповідними поясненнями та обґрунтуваннями пропонованих рішень.

Теми рефератів

1. Конкуренція: сутність та види. Еволюція поглядів на конкуренцію.
2. Конкуренція як рушійна сила ринку та методи конкурентної боротьби.
3. Конкуренція перевага та типові стратегії
4. Джерела формування конкурентних переваг.
5. Характеристика факторів, що впливають на конкурентоздатність фірми.
6. Види, фактори впливу та принципи оцінки конкурентоспроможності та конкурентних переваг.
7. Сутність та класифікація основних методів управління конкурентними перевагами.
8. Конкурентний статус фірми та методика оцінки його рівня.

9. Типологія аналізу ринку методом конкурентної діагностики.
10. Оцінка ринкової частки конкурентів.
11. Зміст та структура зовнішнього середовища підприємства.
12. Методи оцінки конкурентоспроможності товару.
13. Особливості оцінки конкурентоспроможності персоналу підприємства.
14. Особливості оцінки конкурентоспроможності торгових марок.
15. Комплексний підхід до підвищення якості та конкурентоспроможності продукції.
16. Система та процес управління конкурентоспроможністю підприємства.
17. Розроблення та забезпечення реалізації програм підвищення конкурентоспроможності.
18. Система конкурентних стратегій підприємства.
19. Інструментарій формування конкурентної стратегії підприємства.
20. Система управління конкурентоспроможність підприємства та її елементи.
21. Менеджмент якості як фундамент забезпечення конкурентоспроможності сучасного підприємства.
22. Державне регулювання конкуренції.
23. Маркетингова підтримка конкурентоспроможності підприємства.
24. Конкурентні переваги і ключові фактори успіху.
25. Стратегічний потенціал підприємства та оцінка його конкурентоспроможності.
26. Управління конкурентним ризиком.
27. Стратегії згідно із загальною конкурентною матрицею Портера.

Практичні завдання

Варіант 1. Розрахувати індекс Херфінделя-Хіршмана для умов, наведених в таблиці.

Вихідні дані для розрахунку
рівня інтенсивності конкуренції в галузі

Фірми	Обсяги реалізації продукції в звітному році, тис. тонн		
	Типи ринків		
	1	2	3
А	45679	45896	45898
Б	2515	12380	25698
В	13007	12587	3698
Г	5687	12589	3247

У відповідності щ отриманим показником зробіть висновок в ринках яких типів (досконала конкуренція, монополістична конкуренція, олігополія, монополія) діють фірми. Дайте коротку характеристику одного з них.

Варіант 2. Задача: 40% покупців замінюють побутовий прилад через 3 роки, 35% - через 4 роки, 25% - через 5 років. Починаючи з 2000 р. первинний попит (тис. од.) складався наступним чином:

Таблиця __

Вихідні дані для визначення
рівня первинних продажів, тис. од.

Фірми	Рівень первинних продажів на ринку, тис. од.		
	Варіанти		
	I	II	III
2000	150	250	150
2001	200	330	365
2002	330	400	450
2003	440	550	550
2004	550	670	600
2005	600	865	700
2006	800	990	1000

На період з 2000 р. по 2003 р. прогнозовані додаткові продажі складають 2550 од. щорічно, за рахунок розширення суміжних сегментів ринку.

Визначити місткість ринку продаж за кожен рік.

На основі розрахованих значень зробіть прогноз на 2007 рік.

Варіант 3. Задача. Визначити зміни рівня конкурентоспроможності підприємства, якщо в базовому році вартість продукції, поставленої на ринок $C_{\text{пост.}} = 600$ тис. грн., прибуток при реалізації. Преаліз – 75 тис. грн. В звітному році ціна поставки зросла до $C_{\text{пост. зв.}} = 840$ тис. грн., а вартість нереалізованої продукції залишилась на тому ж рівні $C_{\text{н/реаліз.}} = 60$ тис. грн. Прибуток зріс до $P_{\text{реаліз.}} = 126$ тис. грн.

Варіант 4. Задача. Виробнича потужність підприємства «А» дозволяє виробництва наступні найменування продукції: P_1, P_2, P_3, P_4 . Інтегральний показник конкурентоспроможності даного переліку продукції характеризується даними: $KC_1 = 0,804; KC_2 = 0,58; KC_3 = 0,76; KC_4 = 0,83$.

На підприємстві «Б» - конкуруюча продукція $P_1^B, P_2^B, P_3^B, P_4^B$. Показники інтегральної конкурентоспроможності товару складають: $KC_1 = 0,92; KC_2 = 0,51; KC_3 = 0,7; KC_4 = 0,79$.

Порівнюючи наведені дані визначити перелік продукції, яка включається в план виробництва.

Варіант 5. Задача. Ініціативною групою дослідників розроблена спеціальна матриця конкурентоспроможності декількох іноземних фірм, які функціонують на вітчизняному ринку виробничих АТС.

Таблиця ____

Матриця конкурентоспроможності іноземних фірм

Ключові фактори успіху	Категорії значимості фактора	Рейтинг факторів успіху					
		А	Б	В	Г	Д	Е
Якість продукції	0,30	4	3	3	3	3	4
Продажна ціна	0,20	2	4	3	4	4	3
Технічне обслуговування	0,20	3	1	3	2	2	2
Канал збуту	0,10	4	3	3	4	3	2
Портфель товарів	0,10	4	4	3	3	1	3
Наявність сертифікату мін. зв'язку	0,06	2	1	2	1	0	2
Реклама та стимулювання збуту	0,04	1	2	3	4	4	3
Разом	1,00	-	-	-	-	-	-

Рейтинг за показником «Портфель товарів» визначається стосовно наявності в асортименті продукції фірми малих, середніх та великих АТС та додаткових послуг.

Визначити:

- 1) узагальнюючий показник конкурентоспроможності кожного підприємства;
- 2) найбільший і найменший рівень серед конкуруючих на українському ринку фірм.

Варіант 6. Ситуаційна вправа.

Ситуація: стратегії забезпечення конкурентоспроможності підприємства, що функціонує на висококонкурентному ринку, вищий управлінський персонал визначив головну ціль, яка полягала в зростанні прибутковості бізнесу на 20% протягом двох поточних років. Інші критерії були визначені як другорядні.

Завдання. Оцініть ситуацію та поясніть, чи згодні ви з таким рішенням керівництва підприємства. Чи відповідає вибраний критерій конкурентоспроможності принципу реалістичної стратегії підприємства на даному ринку? Для яких інших чинників конкуренції на цьому ринку може спричинити негативні наслідки такого управлінського рішення.

Варіант 7. Ситуаційна вправа.

Ситуація. У минулому десятиріччі певна частка українських підприємств-операторів внутрішнього ринку будівельних матеріалів, маючи потужні зв'язки з західними виробниками, впроваджували стиль управління конкурентоспроможність, який можна визначити як управління за принципом «вимикача», або ж за принципом «є проблема – вирішуємо її». Отже, він полягає у дискретному використанні стратегії як інструменту управління конкурентоспроможністю підприємства.

Завдання. Визначте й обґрунтуйте чи є виправданими та ефективними дії керівництва цих підприємств стосовно дискретного (у разі потреби) використання стратегії конкурентоспроможності. Оцініть з позицій стратегічного управління, як вони можуть вплинути на рівень конкурентоспроможності цих підприємств.

Варіант 8. Задача. В таблиці наведено вихідні дані для розрахунку рівня конкурентоспроможності комп'ютерів фірми «ВІСТ». Ці вироби пройшли повні випробування у незалежній лабораторії товариства споживачів. Оцінки якості обслуговування встановлені експертами в балах (від 1 до 5). За зразок взято модель комп'ютера фірми Hewlett-Packard 200/32. Експертна комісія підприємства коефіцієнти вагомості параметрів.

Таблиця _____

Вихідні дані для розрахунку
рівня конкурентоспроможності комп'ютерів фірми «ВІСТ»

Модель комп'ютера	Технічні параметри			Економічні параметри	
	Швидкодія МГц (P ₁)	Об'єм пам'яті Мб (P ₂)	Якість обслуговування (P ₃)	Ціна, тис. грн.	Витрати на експлуатацію, тис. грн.
I	150	16	3,8	3,85	0,81
II	166	16	4,5	4,2	0,94
III	200	32	4,8	5,3	1,11
Зразок	200	32	5	5,8	1,38
Коефіцієнт вагомості	0,3	0,5	0,2	-	-

Розрахувати рівень конкурентоспроможності комп'ютерів, що виробляється фірмою «ВІСТ».

Варіант 9. Задача. Електротехнічне фірма виробляє обігрівачі для офісів і побутових споживачів й успішно конкурує на українському ринку з вітчизняними та закордонними виробниками.

Для встановлення ціни на нову модель обігрівачів фірма вирішила застосувати конкурентну модель ціноутворення, беручи за основу продукцію свого основного конкурента. При цьому вона має намір отримувати прибуток у розмірі не меншому 25% від собівартості продукції, яка становить 62,2 грн./од.

Маркетологи фірми провели аналіз конкурентоспроможності нового товару відносно базового товару конкурента. Аналіз показав, що за технічними параметрами новий виріб поступається базовому (індекс технічних параметрів $I_{ТП} = 0,86$), а за економічними параметрами має кращі позиції ($I_{ЕП} = 0,94$). Ціна базового виробу конкурентів – 86 грн.

Визначити ціну нового обігрівача за рівнем його конкурентоспроможності. Перевірити чи виконується за такої ціни умови граничного рівня прибутковості, встановленою фірмою.

Варіант 10. Задача. Скориставшись даними таблиці, визначити рівень конкурентоспроможності компанії «Фінпрофіль» з урахуванням вагомості товарів і ринків, на яких вони реалізуються.

Розрахунки здійснити виходячи з того, що вся продукція компанії «Фінпрофіль» реалізується на внутрішньому ринку.

Література _____

Вихідні дані для розрахунку
рівня конкурентоспроможності компанії «Фінпрофіль»

Показник	Продукція компанії		
	Металочерепиця	Профіль	Комплектуючі вироби, до покрівлі та водостічні системи
Питома вага товару структури реалізації компанії	0,6	0,25	0,15
Значення інтегрального показника конкурентоспроможності продукції	1,038	0,943	1,019

Питання для самоконтролю

1. Поняття «конкуренція» та її види.
2. Поняття «конкурентоспроможність підприємства».
3. Основі характеристики конкурентоспроможності підприємства.
4. Методи, визначення конкурентоспроможності підприємства.
5. Методи нецінової конкуренції.
6. Антимонопольна політика держави, її зміст та завдання.
7. Основні законодавчі акти, що регламентують порядок конкурентної поведінки фірм.
8. Антимонопольне регулювання його «основні способи».
9. Зміст поняття «конкурентне середовище підприємства».
10. Характеристика конкурентних сил ринку.
11. Елементи системи моніторингу факторів конкурентного середовища.
12. Показники, що характеризують інтенсивність конкуренції на ринку.
13. Методи розрахунку ринкової частини підприємства.
14. Рушійні сили ринку та їх вплив на підприємства.
15. Критерії, на яких будується матриця оцінки конкурентної позиції підприємства.
16. Характеристика конкурентних сил за М. Портером.
17. Напрямки дослідження конкурентної політики підприємств.
18. Поняття «конкурентна сегментація».
19. Етапи проведення конкурентної сегментації.
20. Ознаки підприємств-конкурентів.
21. Поняття конкурентне позиціонування.
22. Характеристика моделі позиціонування.
23. Основні напрямки дослідження маркетингової підтримки підприємства.
24. Показники оцінки конкурентоспроможності персоналу.
25. Зміст поняття «управління конкурентоспроможністю».
26. Основні проблеми управління конкурентоспроможністю підприємств в Україні.
27. Характеристика рівнів конкурентоспроможності підприємств.
28. Основні напрямки оцінки конкурентоспроможності.
29. Сутність основні етапів аналізу конкурентів.
30. Зміст поняття «конкурентні переваги».
31. Сутність концепції конкурентних переваг М. Портера.
32. Шляхи досягнення підприємством конкурентних переваг.
33. Поняття «ключові фактори успіху», їх типи.
34. Характеристика основних джерел конкурентних переваг в маркетингу.
35. Внутрішні конкурентні переваги, їх характеристика.

36. Зовні конкурентні переваги, їх характеристика.
37. Характеристика етапів діагностики управління конкурентоспроможністю.
38. Сутність поняття «стратегічний потенціал підприємства».
39. Показники, що використовуються для дослідження інформаційного аспекту внутрішнього потенціалу.
40. Основні напрямки дослідження маркетингового аспекту внутрішнього потенціалу.
41. Сутність поняття «конкурентний ризик».
42. Важливіші джерела конкурентного ризику.
43. Алгоритм процесу управління конкурентним ризиком.
44. Рівні конкурентного ризику, їх характеристика.
45. Сутність поняття «конкурентні стратегії».
46. Стратегії росту і конкуренції підприємств різних розмірів.
47. Сутність загальної конкурентної матриці М. Портера.
48. Мета стратегії лідерства за втратами.
49. Заходи щодо сприяння реалізації сфокусованої стратегії диференціації.
50. Стратегічний зміст моделі п'яти конкурентних сил.
51. Різновиди маркетингових стратегій за Ф. Котлером.
52. Зміст стратегічних дій, направлених на захист ринкової частки.
53. Основні етапи розвитку теорії конкуренції.
54. Зміст принципу «невидимої руки».
55. Досконала конкуренція та її риси.
56. Зв'язок понять конкурентоспроможність та споживача цінність продукту.
57. Поняття «національний ромб» та його особливості в трансформаційній економіці.
58. Суть ланцюжка цінностей та його зв'язок з конкурентною перевагою.
59. Фактори, що впливають на стратегію фірми.
60. Специфічні риси методів аналізу конкурентних переваг.
61. Поняття «конкурентний статус фірми» за І Ансоффом.
62. Поняття сукупна корисність стратегічного потенціалу фірми.
63. Принципи кількісної оцінки рівня конкурентного статусу фірми.
64. Визначення ступеня забезпеченості елементів стратегічного потенціалу фірми необхідним ресурсам.
65. Сутність принципу Парето-ефективності та його використання для оцінки впливу стратегічного потенціалу фірми на її конкурентну перевагу.
66. Характеристика основних етапів технології конкурентної діагностики.
67. Конкурентна карта ринку, її побудова та використання.
68. Підходи до вибору бази порівняння для оцінки конкурентоспроможності продукції.

69. Поняття венчурний капітал та його значення для функціонування фірм-піонерів.
70. Порівняльна характеристика багатонаціональної та глобальної стратегії конкуренції.
71. Поняття «стратегічний альянс», умови його створення.
72. Особливості стратегії для фірм, що функціонують в галузях стагнації чи спаду.
73. Особливості стратегії на міжнародних ринках.
74. Відмінності стратегій лідерів галузі та другорядних фірм.
75. Важливіші етапи взаємодії науково-технічного прогресу та конкуренції.
76. Позитивні та негативні впливи конкуренції на економіку.
77. Відмінність внутрішньогалузевої та міжгалузевої конкуренції.
78. Функціональна, видова та між фірмова конкуренція.
79. Явна цінова конкуренція та прихована.
80. Конкурентна сила споживача.
81. Сутність стратегії лімітування.
82. Види спеціалізації компаній, що обсервують ринкові ніші.
83. Характеристика оборонних стратегій.
84. Складові дослідження маркетингової конкурентної політики.
85. Оцінка конкурентоспроможності товарного портфеля підприємства.
86. Етапи діагностики управління конкурентоспроможністю підприємств.
87. Система показників для оцінки фінансового аспекту конкурентоспроможності внутрішнього потенціалу підприємств.
88. Умови доцільності використання стратегії адаптації.
89. Управлінський аспект конкурентоспроможності внутрішнього потенціалу підприємства.
90. Зміст та завдання маркетингової підтримки для підприємств.

Список літератури

Основна

1. Азоев Г.Л., Конкурентные преимущества фирмы / Г.Л. Азоев, А.П. Челенков .- М.:ОАО «типография «Новости», 2000. – 256с.
2. Балабанова Л. В., Кривенко Г. В., Балабанова І. В. Управління конкурентоспроможністю підприємств: навчальний посібник. — К.: «Видавничий дім «Професіонал», 2009. — 253 с.
3. Воронкова А. Э. Стратегическое управление конкурентным потенциалом предприятия: диагностика и организация : монография / А. Э. Воронкова. – Луганск : Изд-во Восточноукраинского нац. ун-та, 2000. – 315 с
4. Должанский И.З., Загорная Т.О. Конкурентоспособность предприятия: учебное пособие. –Л.: НовийСвіт – 2000, 2013. – 343 с.
5. Омеляненко Т.В., Барабась Д.О., Вакуленко А.В. Управління конкурентоспроможністю підприємства: навч.метод. посіб. для самостійного вивчення дисципліни. К.: КНЕУ, 2008. – 268 с.
6. Хрущ Н. А. Конкурентні стратегії: процес створення та реалізації: монографія. – К. : Освіта України, 2010. – 315 с.
7. Чевганова В.Я., Брижань І.А., Земцова К.А., Олійник О.О. Конкурентоспроможність: сутність, оцінка та шляхи підвищення її рівня: монографія. Полтава.: 2010. – 255с.

Додаткова

8. Азоев Г.Л. Конкуренция: анализ, стратегия и практика. - М.: Центр экономики и маркетинга, 1996. – 280с.
9. Ансофф И. Стратегическое управление./ И. Ансофф / Под.ред. Л.И. . Евенко :пер. с англ. -М.: Экономика, 1989г.-519с.
10. Багиев Г.Л., Маркетинг: Учебник./ Г.Л.Багиев, В.М. Тарасевич, Х. Анн. / Под общ.ред. Багиева Г.Л. — М.: ОАО «Издательство « Экономика», 1999.-703с.
11. Гудзинський, О. Д. Управління формуванням конкурентоспроможного потенціалу підприємств (теоретико–методологічний аспект): монографія. – К.: ІПК ДСЗУ, 2010. – 212 с.
12. Журик Ю.В. Антимонопольно-конкурентне право України: навчальний посібник – К.: ЦУЛ, 2011.-272с.
13. Загорна Т.О. Економічна діагностика: навчальний посібник. /Т.О. Загорна. – К. : Центр учбової літератури, 2007. – 400с.

14. Загорна Т.О. Інноваційні орієнтири в управлінні конкурентоспроможністю підприємства: монографія «Маркетинг. Менеджмент. Інновації»/За заг. ред. д.е.н., проф. С.М. Іллященко.- Суми: ТОВ «ТД Папірус», 2010.– 378с.
15. Іванов, Ю. Б. Конкурентні переваги підприємства: оцінка, формування та розвиток: монографія. – Харків: ВД ІНЖЕК, 2008. – 352 с.
16. Кобилянський Л. С. Управління конкурентоспроможністю: навч. посібник.– К.: Зовнішня торгівля, 2003.– 304с.
17. Конкурентная диагностика фирмы: концепция, содержание, методы: Монография.-Харьков ИД "ИНЖЕК", 2008. – 240с.
18. Конкурентоспроможність підприємств – основа конкурентоспроможності економіки країни: монографія/ за наук. ред. е.н. Н.О. Лисенко. – К.:2012. – 118с.
19. Конкурентоспроможність підприємств в умовах ринкової економіки. Том 3. Галузеві особливості конкурентоспроможності в умовах глобалізації: монографія. За ред. О.В. Захарченка, М.А. Зайця, В.С. Ніценка / Одеса: 2015. – 570с.
20. Конкурентоспроможність підприємств в умовах глобалізації: Матеріали 1-ої Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції 07-19 квітня 2014 року. – Луганськ. – 229с.
21. Котельников Д.І. Управління конкурентоспроможністю: навч. посібн.- К.: Видавничий Дім «Слово», 2004. – 168с.
22. Котлер Ф. Основи маркетингу: Пер. з англ. М.: СПб.: Будинок Вільямс, 1998. – 106с.
23. Куденко, Н. В. Стратегічний маркетинг : Навч. посібник. – К.: КНЕУ, 1998. – 152с.
24. Ламбен Ж.-Ж. Стратегический маркетинг. Европейская перспектива. – СПб, 1996. – 429с.
25. Нильсон Т. Конкурентный брендинг / Т. Нильсон. — СПб.: Питер, 2003. – 208с.
26. Павлова В.А. Конкурентоспроможність підприємства: оцінка та стратегія забезпечення : монографія. – Д., – 2006. – 276с.
27. Павлова В.А., Кузьменко О.В., Орлова В.М., Рижкова Г.А. Конкурентоспроможність підприємства: управління, оцінка, стратегія: монографія. – Дніпропетровськ, 2011. – 352с.
28. Портер М. Міжнародна конкуренція. – М.: Міжнародні відносини, 1993. – 896с.

29. Портер М. Стратегія конкуренції і методика аналізу галузей і діяльності конкурентів / М. Портер. К. : Основи, 1997. – 451 с.
30. Портер М. Конкуренція. Пер. с англ. – М. : Вільямс, 2000. – 506 с.
31. Про захист економічної конкуренції: Закон України від 11 січня 2001 року № 2210 – III // Відомості Верховної Ради України. – 2001. - № 12. – ст. 64
32. Скударь Г. М. Управление конкурентоспособностью крупного акционерного общества: проблемы и решения. - К. : Наук. думка, 1999. – 496 с.
33. Управление эффективностью и качеством: Модульная программа: в 2 ч. / Пер с англ. И. Прокопенко, К. Норта,. — М.: Дело, 2001–1408.
34. Фатхутдинов Р.А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление / Р.А. Фатхутдинов. – М. : ИНФРА, 2000. – 351 с
35. Фатхутдинов Р.А Стратегическая конкурентоспособность. – М.: Экономика, 2005. – 504 с.
36. Фатхутдинов Р.А Управління конкурентоздатністю підприємства.: Підручник. – К.: «Кондор», 2009. – 470 с.
37. Хайек Ф. А. Познание, конкуренция и свобода / Ф. А. Хайек.. – СПб.: Пневма, 1999. – 212 с
38. Хайек Ф.А. Индивидуализм и экономический порядок. – М.: Изограф, 2003. – 263 с.
39. Оценка конкурентоспособности предприятий (организаций). Теория и методология: учеб. пособие. – М.: ЮНИТИ – ДАНА, 2008. – 799 с.
40. Шумпетер Й. Теория экономического развития. – М.: Прогресс, 2002. – 220 с
41. Marketing Theory and practice / Edited by Michael J. Baker / 3rd edition : Macmillan Business, 1995. – 603 p.
42. Hooley, G. J. Marketing Strategy and Competitive Positioning / G. J. Hooley, J.A. Saunders, N.F. Piercy / Hemel Hempstead: Prentice Hall Europe, 1998. – 512 p.