

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**ДВНЗ «НАЦІОНАЛЬНИЙ ГІРНИЧИЙ УНІВЕРСИТЕТ»**

**Кафедра економіки підприємства**

Методичні вказівки до вивчення курсу  
«Конкурентноспроможність підприємства»  
для студентів спеціальностей:  
6.030504, 8.050107 «Економіка підприємства»

Дніпропетровськ

2016

## ЗМІСТ

|   |    |
|---|----|
| Вступ.....  | 3  |
| 1. Мета, завдання, предмет і зміст курсу<br>«Конкурентоспроможність підприємства» ..... | 5  |
| 2. Рекомендації щодо виконання контрольної роботи ... ..                                | 10 |
| 3. Тести з дисципліни «Конкурентоспроможність підприємства».                            | 33 |
| 4. Оцінювання самостійної роботи студента   | 45 |
| 5. Питання до заліку  | 46 |
| 6. Критерії оцінювання знань студентів  | 49 |
| Рекомендована література .....  | 51 |
| Додатки .....   | 54 |

## ВСТУП

Проблематика конкурентоспроможності підприємства не є принципово новою для науки, оскільки конкуренція завжди була та є складовою економічного буття всіх без винятку країн ринкової економічної системи. Зростаюча актуальність цих проблем в Україні, зумовлюється передусім складністю та неоднозначністю процесів формування в них ринкових економічних відносин і тими зрушеннями, що відбуваються внаслідок інтеграції у світогосподарські процеси.

Практика розвитку сучасного бізнесу доводить, що без конкурентоспроможності неможливо забезпечити успіх підприємства в його боротьбі за виживання, досягнення провідних ринкових позицій та забезпечення довготривалого ефективного функціонування в динамічному конкурентному середовищі. Вказані обставини зумовлюють актуальність і необхідність вивчення студентами дисципліни «Конкурентоспроможність підприємства».

Рекомендації охоплюють такі складові навчального процесу: від загальної структури курсу до проведення практичних занять, самостійної роботи, вміщують рекомендації та завдання щодо виконання контрольної роботи. Матеріали допоможуть ефективно організувати опанування курсу та систематизувати набуті знання при підготовці до контрольних заходів з дисципліни.

**Вимоги до знань і вмінь студентів:** завданням викладення дисципліни «Конкурентоспроможність підприємства» є висвітлення теоретико-методологічних аспектів формування конкурентних переваг і конкурентоспроможності підприємства; набуття студентами практичних навичок і вмінь дослідження стану конкуренції та оцінювання рівня конкурентоспроможності підприємства.

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент має знати:

– роль конкуренції в діяльності підприємства;

- фактори, що впливають на конкурентоспроможність підприємства;
- джерела конкурентних переваг;
- методи аналізу конкурентних переваг;
- фактори втримання конкурентних переваг;
- методи оцінювання конкурентоспроможності продукції;
- принципи кількісного оцінювання рівня конкурентного статусу підприємства;
- структуру системи забезпечення конкурентоспроможності підприємства.

Матеріал навчальної дисципліни базується на знаннях, які студенти отримують у навчальних дисциплінах підготовки бакалавра.

Знання, отриманні під час вивчення дисципліни є підґрунтям для обґрунтування економічних рішень магістерських робіт.

## **1. Мета, завдання, предмет і зміст курсу «Конкурентоспроможність підприємства»**

**Мета:** формування теоретичних і практичних знань щодо об'єктивних закономірностей, механізму та особливостей сучасної конкуренції та конкурентоспроможності підприємства.

**Завдання:** висвітлення теоретико-методологічних та соціально-економічних аспектів сучасних проблем підприємств у конкурентному середовищі.

**Предмет:** форми економічної конкуренції, закономірності формування конкурентних переваг і конкурентоспроможності підприємства.

### **Змістові модулі й теми**

**Змістовий модуль I. Конкурентоспроможність підприємства, її аналіз**

#### ***ТЕМА 1. КОНКУРЕНЦІЯ І КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА***

***Поняття та роль конкуренції в діяльності підприємства.*** Змістова характеристика конкуренції. Вплив конкуренції на результати діяльності підприємства. Особливості поведінки сучасних підприємств в умовах конкурентного середовища.

***Стратегія конкуренції на основі прогнозування дій підприємств.*** Залежність стратегії конкурентної боротьби від виду діяльності підприємства. Стратегія вітчизняних підприємств, що працюють в умовах монополістичної конкуренції. Стратегія інтеграції з відсутніми ланками в технологічному ланцюгу „проекування – виробництво – реалізація продукції”. Стратегія спеціалізації на конкретному типі товару й

індивідуальних замовленнях споживачів. Стратегія виключення зайвих витрат.

***Види конкурентоспроможності залежно від рівня і об'єкта аналізу.***

Конкурентоспроможність націй. Конкурентоспроможність держави. Конкурентоспроможність економіки. Конкурентоспроможність країни. Конкуренто-спроможність галузі. Конкурентоспроможність підприємства. Конкурентоспро-можність продукції.

***Фактори, що впливають на конкурентоспроможність підприємства.*** Зовнішні фактори, що впливають на конкурентоспроможність підприємства. Внутрішні фактори, що впливають на конкурентоспроможність підприємства. Організаційні заходи, що підвищують рівень конкурентоспроможності підприємства.

## ***ТЕМА 2. КОНКУРЕНТНІ ПЕРЕВАГИ ПІДПРИЄМСТВА***

***Поняття конкурентної переваги.*** Теорія конкурентної переваги М. Портера. Змістова характеристика конкурентної переваги. «Аналіз пар» як спеціальний вид оцінки конкурентних переваг товарів. Відносність конкурентної переваги. Класифікаційні ознаки конкурентних переваг підприємства. Вплив державної політики на процес формування конкурентних переваг.

***Джерела конкурентних переваг.*** Види діяльності при конкуренції, що входять у ланцюжок цінності підприємства. Ланцюг цінності постачальників. Ланцюг цінності каналів збуту. Ланцюг цінності покупців. Причини новацій, що дають конкурентну перевагу.

***Формування конкурентних переваг об'єктів на підставі їхньої ексклюзивної цінності.*** Теорія конкурентної переваги на основі поняття «цінність» Р. А. Фатхутдінова. Класифікаційні ознаки ексклюзивної цінності. Аналіз перетворення цінності в технічний, соціальний, економічний або політичний ефект. Основи прогнозування конкурентної переваги.

*Фактори втримання конкурентних переваг.* Вибір напряму для основних зусиль підприємства. Ієрархія джерел конкурентної переваги. Наявність необхідних навичок і здібностей. Постійна модернізація виробництва й інших видів діяльності як одна з найважливіших причин збереження конкурентної переваги. Сили впливу на проведення змін. Фундамент для пошуку конкурентних переваг.

### **ТЕМА 3. АНАЛІЗ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА**

*Технологія аналізу ринку методом конкурентної діагностики.* Процеси й напрями аналізу. Процедури аналізу. Результати аналізу. Форми прямого та непрямого вираження намірів конкурентів. Змістова характеристика конкурентної діагностики. Ємність ринку на основі його структурних характеристик.

*Аналіз ринкової частки конкурентів.* Значення ринкової частки конкурентів. Ринкова частка підприємства за обсягом реалізованої продукції. Ринкова частка підприємства за ціною реалізованої продукції

*Аналіз причин та умов виникнення конкурентних переваг.*  
*Порівняльний аналіз товарної пропозиції.* Аналіз відношення споживачів до існуючої товарної пропозиції. Причини формування позиції споживачів. Порівняння комерційних характеристик товарів. Виділення ключових переваг і недоліків товарів, запропонованих споживачеві. Оцінювання адекватності комерційних характеристик вимогам ринку. Порівняння стратегій позиціонування товару на ринку.

*Методи аналізу конкурентних переваг (SWOT, GAP, LOTS, PIMS, «Мак-Кінзі»).* Сутність SWOT-аналізу. Метод аналізу GAP. Філософія LOTS. Метод PIMS. Модель аналізу «Мак-Кінзі».

**Змістовий модуль II. Забезпечення конкурентоспроможності підприємства.**

## **ТЕМА 4. ЯКІСТЬ І КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА**

**Комплексний підхід до підвищення якості й конкурентоспроможності продукції.** Етапи стратегії управління якістю продукції. Перегляд основних видів діяльності підприємства для розширення ринків збуту. Пожвавлення інвестування нововведень у перспективні напрями. Ефективне використання внутрішніх джерел підприємства.

**Концепція якості продукції в системі внутрішньофірмового управління.** Якість продукції як ключовий чинник утримання позицій на ринку. Основні напрями підвищення якості продукції. Атестація виробництва на відповідність міжнародним стандартам якості серії ISO 9000. Етапи управління якістю продукції.

**Загальна схема оцінювання конкурентоспроможності продукції.** Етапи життєвого циклу товару. Теорія життєвого циклу товару. Порядок оцінювання конкурентоспроможності продукції. Ситуації, для обґрунтування прийнятих рішень яких можуть бути використані принципи та методи оцінювання конкурентоспроможності.

**Вибір номенклатури параметрів, які використовуються при оцінюванні конкурентоспроможності.** Технічні параметри конкурентоспроможності (параметри призначення; ергономічні параметри; естетичні параметри; нормативні параметри). Економічні параметри конкурентоспроможності.

**Методи оцінювання конкурентоспроможності продукції.** Оцінка параметрів аналізованої продукції шляхом зіставлення з параметрами порівняння. Аналіз результатів при оцінюванні за нормативними параметрами. Диференційований метод. Комплексний метод оцінювання конкурентоспроможності продукції.



## **ТЕМА 5. КОНКУРЕНТНИЙ СТАТУС І СИСТЕМА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА**

**Поняття про конкурентний статус.** Відмінності в трактуванні поняття конкурентного статусу підприємства І. Ансоффа та М. Портера. Порядок розрахунку конкурентного статусу підприємства. Фактори впливу на конкурентний статус підприємства.

**Методика оцінювання конкурентного статусу підприємства.** Принципи кількісного оцінювання рівня конкурентного статусу підприємства. Узагальнююча оцінка конкурентного статусу підприємства. Умови застосування кількісної оцінки рівня конкурентного статусу підприємства.

**Структура системи забезпечення конкурентоспроможності підприємства.** Вихідні ланки системи забезпечення конкурентоспроможності підприємства. Аналіз структури системи забезпечення конкурентоспроможності підприємства. Показники конкурентної переваги за елементами системи забезпечення конкурентоспроможності підприємства.

**Зміст зовнішнього середовища системи.** Компоненти зовнішнього середовища, що впливають на ефективність і стабільність функціонування підприємства. Фактори макросередовища та інфраструктури регіону. Фактори мікросередовища підприємства.

## **2. Рекомендації щодо виконання контрольної роботи**

### **2.1. Мета та завдання контрольної роботи**

Виконання контрольної роботи з курсу «Конкурентоспроможність підприємства» є складовою частиною навчального процесу, формою проміжного контролю ступеня оволодіння майбутніми фахівцями основами дисципліни, що вивчається, а також активною формою самостійної роботи студентів.

Мета контрольної роботи спрямована на закріплення та поглиблення теоретичних знань, отриманих студентами в процесі вивчення дисципліни, набуття навичок самостійно працювати з літературними джерелами та статистичними матеріалами, робити висновки.

У ході підготовки до виконання контрольної роботи студент має вивчити законодавчі акти, літературні джерела, періодичні публікації, в яких розглядаються питання обраного варіанта, зробити узагальнення та висновки.

### **2.2. Загальні вимоги та структура контрольної роботи**

Основна вимога до контрольної роботи полягає у всебічному і глибокому розкритті змісту запропонованого варіанта, що є результатом засвоєння студентом нормативних актів, спеціальних матеріалів і літературних джерел.

У кожній роботі мають бути такі розділи:

Вступ;

1. Теоретична частина;

2. Розрахункова частина;

Висновки;

Список використаних джерел.

Заголовки структурних частин роботи пишуть на окремій сторінці прописними буквами: ВСТУП, ВИСНОВКИ, СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.

Розглянемо структуру контрольної роботи.

У *вступі* необхідно відобразити роль і значення конкурентоспроможності підприємства, дати обґрунтування завдань контрольної роботи та сформулювати її ціль.

Зміст *теоретичної частини* роботи містить два питання і має відповідати сучасному рівню розвитку підприємства. Теоретичний матеріал, поданий у роботі, має бути доповнений цифровими даними, графіками, таблицями, схемами.

У *розрахунковій частині* розв'язується задача з детальним поясненням ходу розрахунків, етапів і результатів отриманих даних.

*Висновки* формуються по теоретичній та розрахунковій частинах.

У кінці роботи подається повний *список використаних джерел*, який необхідно систематизувати і скласти у певному порядку: спочатку вказуються законодавчі та нормативні акти (закони, укази, постанови, статистичні довідники), потім – загальна та спеціальна література за алфавітом, а наприкінці – Інтернет-ресурси за алфавітом.

Матеріал контрольної роботи має бути викладений відповідно до законів формальної логіки, тобто законів тотожності, достатнього обґрунтування.

Обсяг роботи має становити 10 – 15 аркушів формату А4.

У готовому тексті не дозволяється робити виправлення, вставки, а також скорочувати слова та використовувати аббревіатури (крім загально-прийнятих).

### **2.3 Підбір літератури з тематики контрольної роботи**

Першим етапом виконання контрольної роботи є вибір варіанта, який студенти здійснюють за таблицею 2.1. Питання варіанта обов'язково вказуються в змісті роботи. Якщо робота виконана не за визначеним варіантом, то до розгляду вона не приймається.

Навчальну та спеціальну літературу з теми контрольної роботи студент підбирає самостійно, використовуючи для цього рекомендовану літературу, яка наведена в методичних вказівках, алфавітний, предметний та систематизований бібліотечні каталоги. Консультацію з питань підбору літератури студент може отримати у викладача кафедри.

Під час підбору літератури особливу увагу варто приділяти першоджерелам, що стосуються питань роботи, періодичним виданням, науковим статтям, передовому досвіду підприємств.

При складанні бібліографії треба враховувати не тільки рік видання, а також його зміст, актуальність у сучасних умовах.

При написанні роботи треба обов'язково вивчити і використовувати стосовно конкретних питань чинні Закони України, Укази Президента України, Постанови КМУ, нормативні й методичні матеріали міністерств і відомств, а також підприємств та організацій.

Перед виконанням роботи в останній редакції треба уважно переглянути власноручні записи, зроблені при вивченні літературних джерел, матеріалів підприємств. Ці записи необхідно систематизувати, ретельно проаналізувати, узагальнити перед тим, як використати у тексті роботи.

Зібраний статистичний матеріал треба згрупувати, скласифікувати, звести у таблиці, зробити порівняльний аналіз. Ці матеріали можна подати у вигляді діаграм, графіків, схем тощо.

#### **2.4. Викладення змісту контрольної роботи**

Зібраний, вивчений і опрацьований матеріал з питань контрольної роботи викладається відповідно до змісту роботи у логічній послідовності. При написанні роботи необхідно розкрити теоретичну значимість питань, що розглядаються, зробити аналіз фактичного матеріалу і відповідні висновки. У роботі не може бути повторень, надмірного цитування. Цитати повинні бути короткими і органічно пов'язуватися з текстом. На використані у роботі цифрові дані, цитати, таблиці мають бути посилання із зазначенням джерел. Обсяг висвітлювальних теоретичних питань має бути приблизно однаковий.

## **2.5. Оформлення контрольної роботи**

Контрольна робота має бути літературно та технічно грамотно виконана і відповідати вимогам оформлення. Оформлення роботи здійснюється у відповідності з вимогами державного стандарту.

Текст роботи можна писати чітко від руки пастою чорного або синього кольору, а також друкувати на машинці, або шляхом комп'ютерного набору з одного боку аркуша стандартного розміру, папір формату А4. Усі сторінки роботи нумеруються.

Контрольна робота виконується відповідно до вимог цих методичних рекомендацій, інакше вона не буде зарахована, незалежно від її змісту. Завершена робота подається студентом викладачеві у термін, зазначений навчальним графіком.

## **2.6. Варіанти теоретичної частини контрольної роботи**

Варіант теоретичної частини контрольної роботи студент обирає з таблиці 2.1 за першою літерою свого прізвища та останньою цифрою своєї залікової книжки.

## Вибір варіантів теоретичної частини контрольної роботи

| Перша літера прізвища              | Остання цифра залікової книжки |    |    |    |    |    |    |    |    |    |
|------------------------------------|--------------------------------|----|----|----|----|----|----|----|----|----|
|                                    | 1                              | 2  | 3  | 4  | 5  | 6  | 7  | 8  | 9  | 0  |
| А, Б, В, Г, Д, Е, Є, Ж, З,<br>И, І | 1                              | 2  | 3  | 4  | 5  | 6  | 7  | 8  | 9  | 10 |
| Й, К, Л, М, Н, О, П, Р, С,<br>Т    | 11                             | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 |
| У, Ф, Х, Ц, Ч, Ш, Щ, Ю,<br>Я       | 21                             | 22 | 23 | 24 | 25 | 26 | 27 | 28 | 29 | 30 |

**Варіант 1*****Теоретичні питання***

1. Досконала (чиста) конкуренція: сутність моделі, фундатори концепції.
2. Конкурентні стратегії у транспортній галузі.

**Варіант 2*****Теоретичні питання***

1. Ринкові структури та їхні ключові ознаки.
2. Концепція «ланцюга створення вартості» та її застосування у процесі формування конкурентних переваг.

**Варіант 3*****Теоретичні питання***

1. Системний підхід: сутність, принципи, використання в управлінні конкурентоспроможністю.
2. Конкурентна війна: варіанти стратегій наступу.

**Варіант 4*****Теоретичні питання***

1. Монополістична конкуренція: сутність моделі, фундатори концепції.
2. Підвищення конкурентоспроможності підприємства засобами інноваційної політики.

**Варіант 5*****Теоретичні питання***

1. Парадигма «Нової конкуренції»: базові положення та принципи.
2. Глобальні конкурентні переваги і джерела їх формування.

## **Варіант 6**

### ***Теоретичні питання***

1. Конкурентоспроможність держави: поняття, чинники, що впливають на рівень, підходи до оцінювання.
2. Технологічна конкурентоспроможність як феномен технологічного розвитку підприємства.

## **Варіант 7**

### ***Теоретичні питання***

1. Рівні та координати сучасної конкуренції.
2. Олігополістична конкуренція: сутність моделі, фундатори концепції.

## **Варіант 8**

### ***Теоретичні питання***

1. Процесний підхід: сутність, принципи, використання в управлінні конкурентоспроможністю.
2. Роль банківського кредиту в забезпеченні конкурентоспроможності підприємства.

## **Варіант 9**

### ***Теоретичні питання***

1. Конкурентна карта ринку як інструмент аналізу конкурентного середовища: методика побудови, переваги та недоліки.
2. Правове забезпечення конкуренції в Україні.

## **Варіант 10**

### ***Теоретичні питання***

1. Конкурентоспроможність регіону: поняття, чинники впливу на рівень, підходи до оцінювання.
2. Рекламна діяльність як чинник формування конкурентних переваг підприємства.

## **Варіант 11**

### ***Теоретичні питання***

1. Конкурентне право України: сучасний стан і тенденції розвитку.
2. Прогнозування конкурентоспроможності підприємства: необхідна інформація, процес, методи.

## **Варіант 12**

### ***Теоретичні питання***

1. Державний механізм регулювання конкурентоспроможності підприємства та його основні елементи.
2. Інноваційний чинник підвищення конкурентоспроможності підприємства.

### **Варіант 13**

#### ***Теоретичні питання***

1. Еволюція теоретичних поглядів на конкуренцію та джерела набуття підприємством конкурентних переваг.
2. Селективна промислова політика держави як інструмент підвищення міжнародної конкурентоспроможності української економіки.

### **Варіант 14**

#### ***Теоретичні питання***

1. Якість і конкурентоспроможність продукції.
2. Конкурентоспроможність галузі: поняття, чинники, що впливають на рівень, підходи до оцінювання.

### **Варіант 15**

#### ***Теоретичні питання***

1. Концепція «стратегічних зон господарювання» та її застосування у процесі реалізації конкурентних переваг.
2. Організаційні складові підвищення конкурентоспроможності на основі інноваційного розвитку.

### **Варіант 16**

#### ***Теоретичні питання***

1. Конкурентоспроможність персоналу: поняття, чинники, що впливають на рівень, підходи до оцінювання.
2. Стандартизація та сертифікація продукції (послуг) як складові підвищення конкурентоспроможності підприємства.

### **Варіант 17**

#### ***Теоретичні питання***

1. Цінова політика як чинник формування конкурентних переваг підприємства.
2. Глобальна конкурентоспроможність і стратегії її формування.

### **Варіант 18**

#### ***Теоретичні питання***

1. Конкурентні стратегії у сфері інноваційного бізнесу.
2. Бенчмаркінг як інструмент визначення конкурентоспроможності.

### **Варіант 19**

#### ***Теоретичні питання***



1. Конкурентоспроможність підприємства: поняття, чинники впливу на рівень, підходи до оцінювання.
2. Стратегії диверсифікації та їх види.

## **Варіант 20**

### ***Теоретичні питання***

1. Організаційна культура як джерело формування ключових компетенцій підприємства.
2. Продуктові, технологічні, управлінські інновації як фундамент забезпечення конкурентоспроможності підприємства.

## **Варіант 21**

### ***Теоретичні питання***

1. Програми підвищення конкурентоспроможності підприємства: вітчизняний досвід розроблення та реалізації.
2. Конкурентоспроможність технології: поняття, чинники, що впливають на рівень, підходи до оцінювання.

## **Варіант 22**

### ***Теоретичні питання***

1. Організаційне забезпечення системи управління конкурентоспроможністю: поняття, складові та порядок розроблення.
2. Стан і шляхи забезпечення конкурентоспроможності підприємства на основі нововведень.

## **Варіант 23**

### ***Теоретичні питання***

1. Ситуаційний підхід: сутність, принципи, використання в управлінні конкурентоспроможністю.
2. Конкурентоспроможність підприємства за теорією ефективної конкуренції.

## **Варіант 24**

### ***Теоретичні питання***

1. Підходи до формування системи управління конкурентоспроможністю підприємства.
2. Карта стратегічних груп як інструмент аналізу конкурентного середовища: методика побудови, переваги та недоліки.

### **Варіант 25**

#### ***Теоретичні питання***

1. Можливості та сфери застосування матричних моделей у процесі розроблення стратегії забезпечення конкурентоспроможності підприємства.
2. Конкурентна війна: варіанти стратегій оборони.

### **Варіант 26**

#### ***Теоретичні питання***

1. Конкурентоспроможність продукції: поняття, чинники, що впливають на рівень, підходи до оцінювання.
2. Конкурентні стратегії у сфері малого бізнесу.

### **Варіант 27**

#### ***Теоретичні питання***

1. Інформаційна база діагностичного дослідження стану конкурентоспроможності підприємства.
2. Чинники, що впливають на ефективність конкурентної стратегії підприємства.

### **Варіант 28**

#### ***Теоретичні питання***

1. Конкурентні стратегії підприємств транспорту.
2. Програми підвищення конкурентоспроможності підприємства: закордонний досвід розроблення та реалізації.

## Варіант 29

### *Теоретичні питання*

1. Правове забезпечення конкуренції в Україні.
2. Методи та інструменти визначення галузевих ключових чинників успіху.

## Варіант 30

### *Теоретичні питання*

1. Моделювання розвитку конкурентної ситуації на ринку: межі можливого та чинники ефективності.
2. Принципи та процес оцінювання рівня конкурентоспроможності підприємства.

## **2.7. Розрахункова частина контрольної роботи**

### **Задача 2.1**

Розрахуйте ймовірність реакції системи на зміну попиту, якщо ймовірність реакції кожного окремого підприємства становить 0,1.

Число підприємств:

1. для системи А – 4 підприємства;
2. для системи Б – 12 підприємств;
3. для системи В – 28 підприємств;
4. для системи Г – 45 підприємств.

Ймовірність реакції оцінюється для кожної системи окремо.

Дайте коротку характеристику типам ринків, у рамках яких діють підприємства кожної із систем залежно від розрахованого показника.

**Вказівка.** Ймовірність реакції економічної системи, що складається з  $k$  підприємств, можна визначити за формулою:

$$P(S) = 1 - [(1 - P_1) \cdot (1 - P_2) \dots (1 - P_k)], \quad (3.1)$$

де  $P(S)$  — імовірність реакції економічної системи в цілому на зміну попиту на ринку;

$P_1, P_2, P_k$  — індивідуальні ймовірності реакції підприємств  $1, 2, \dots, k$  на зміну попиту на ринку.

**Задача 2.2** Розрахуйте індекс Харфінделя-Хіршмана (ІХХ) для умов, наведених у табл. 1.

Таблиця 1

Вихідні дані

| Підприємства | Обсяг реалізації продукції, тис. т |        |        |        |
|--------------|------------------------------------|--------|--------|--------|
|              | Типи ринків                        |        |        |        |
| 1            | 10 236                             | 45 876 | 45 879 | 45 896 |
| 2            | 12 542                             | 12 589 | 5698   | 5410   |
| 3            | 1458                               | 45 698 | 1254   | 10 000 |
| 4            | 12 547                             | 1236   | 10 006 | 9800   |
| 5            | 1269                               | 45 623 | 1254   | 4559   |
| 6            | 12 006                             | 1258   | 12 549 | 15 870 |
| 7            | 1456                               | 12 547 | 13 654 | 9874   |
| 8            | 58 796                             | 12 547 | 1459   | 1256   |
| 9            | 14 875                             | 4569   | 15 789 | 13 259 |
| 10           | 6589                               | 45 689 | 16 897 | 1254   |

Відповідно до розрахованого показника, зробіть висновок: у рамках якого типу ринку (вироблена конкуренція, монополістична конкуренція,

олігополія, монополія) діють підприємства. Дайте коротку характеристику одному з них.

**Вказівка.** Індекс Харфінделя-Хіршмана (ІХХ) розраховується за формулою:

$$IHX = \sum_{j=1}^k (a_j)^2, \quad (3.2)$$

де  $a_j$  – частка підприємства на ринку, %.

Література: 1; 3; 6; 8; 9; 14; 15; 19; 20.

### **Задача 2.3.**

За планом реструктуризації індекс конкурентоспроможності товару фірми підвищився на 0,26 (КС), завдяки цьому сегмент її ринку збільшився на 12 % (Кр). Базовий обсяг товару фірми склав 18,5 млн. грн. (ОПб), умовно-постійні витрати знизилися на 7,1 % (Вуп). Частка умовно-постійних витрат у собівартості продукції – 36 %. Базова собівартість 14 млн. грн. (СВб). Витрати на підвищення конкурентоспроможності товару склали за проектом 1500 тис. грн. (КВ).

Розрахувати показники ефективності підвищення конкурентоспроможності товару фірми.

Література: 1; 3; 6; 8; 9; 14; 15; 19; 20.

### **Задача 2.4.**

Визначити конкурентоспроможність підприємства на ринку аналітичним способом ґрунтуючись на показники наведені в таблиці 1. Результати розрахунків навести в таблиці 2. Визначте стратегію, що її сподіває кожне підприємство на досліджуваному ринку.

Таблиця 2.

## Матриця конкурентоспроможності підприємства на ринку

| Синтезуючий фактор конкурентоспроможності | Параметрична оцінка підприємства-постачальника товару |     |     |     |     |     |     |     |     |     | Ранг фактора | Інтегрований факторний показник підприємства-постачальника товару |       |       |       |        |       |       |        |       |       |
|---|---|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|--------------|---|-------|-------|-------|--------|-------|-------|--------|-------|-------|
|   | 1   | 2   | 3   | 4   | 5   | 6   | 7   | 8   | 9   | 10  |              | 1   | 2     | 3     | 4     | 5      | 6     | 7     | 8      | 9     | 10    |
| 1. Положення на ринку                     | 4,8   | 2,5 | 3,8 | 5   | 3,9 | 4   | 4,2 | 5   | 4,5 | 4,6 | 0,24         | 1,152   | 0,6   | 0,912 | 1,2   | 0,936  | 0,96  | 1,008 | 1,2    | 1,08  | 1,2   |
| 2. Товар                                  | 3,5   | 3,6 | 3,2 | 3,7 | 4   | 5   | 4,8 | 4,7 | 3,6 | 2,8 | 0,18         | 0,63  | 0,648 | 0,576 | 0,666 | 0,72   | 0,9   | 0,864 | 0,846  | 0,648 | 0,648 |
| 3. Виробничий потенціал                   | 4,5   | 4,1 | 4,6 | 4,8 | 3,7 | 3,9 | 3   | 4,2 | 5   | 3,7 | 0,25         | 1,125   | 1,025 | 1,15  | 1,2   | 0,925  | 0,975 | 0,75  | 1,05   | 1,25  | 0,648 |
| 4. Методи товароруху                      | 5   | 5   | 5   | 4,8 | 4,9 | 4,7 | 3,5 | 3,7 | 3,8 | 2,9 | 0,14         | 0,7   | 0,7   | 0,7   | 0,672 | 0,686  | 0,658 | 0,49  | 0,518  | 0,532 | 0,648 |
| 5. Можливості збуту                       | 4,6   | 4,4 | 4,2 | 4   | 3,8 | 4,4 | 4,5 | 4,3 | 4   | 3,8 | 0,19         | 0,874   | 0,836 | 0,798 | 0,76  | 0,722  | 0,836 | 0,855 | 0,817  | 0,76  | 0,648 |
| Сумарна оцінка                            |   |     |     |     |     |     |     |     |     |     | 1            | 4,481   | 3,809 | 4,136 | 4,498 | 3,989  | 4,329 | 3,967 | 4,431  | 4,27  | 3,809 |
| Коефіцієнт КС                             |   |     |     |     |     |     |     |     |     |     |              | 0,9962  | 0,847 | 0,92  | 1     | 0,8868 | 0,962 | 0,882 | 0,9851 | 0,949 | 0,648 |

Для підприємств-постачальників товару, параметрична оцінка яких наведена в таблиці 1 інтегрований факторний показник розраховується:

**Задача 2.4.**

Визначити конкурентоспроможність підприємства за допомогою показників рентабельності по підприємству за даними таблиці

| Показники/<br>асортимент | Річний<br>обсяг<br>реалізації, т. | Повна<br>собівартість<br>виробу, грн. | Відпуск<br>на ціна, грн. | Вага<br>виробу, кг. |
|--------------------------|-----------------------------------|---------------------------------------|--------------------------|---------------------|
| Вироб<br>А               | 70                                | 0,63                                  | 0,75                     | 0,9                 |
| Вироб<br>Б               | 62                                | 0,49                                  | 0,55                     | 1,0                 |
| Вироб<br>В               | 35                                | 0,43                                  | 0,50                     | 0,5                 |
| Вироб<br>Г               | 10                                | 0,23                                  | 0,30                     | 0,2                 |

Середньорічна вартість основних виробничих фондів 145 тис. грн. і нормованих оборотних засобів 20,5 тис. грн.

Література: 1; 3; 6; 8; 9; 14; 15; 19; 20.

## Задача 2.5

Необхідно визначити оптимальний обсяг виробництва продукції та оптимальні ціни, при яких гранична виручка перевищуватиме граничні витрати підприємства. Підприємство може виробляти продукцію в обсягах, наведених у табл. 1 із собівартістю (табл. 4). Базова ціна передбачає рентабельність виробництва продукції (табл. 5).

Таблиця 3

Обсяг виробництва, т

| Обсяг виробництва | Варіанти (перша літера прізвища) |                     |                     |                     |                     |
|-------------------|----------------------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
|                   | А, Е, І, М,<br>С, Ц, Я           | Б, Є, Ї,<br>Н, Т, Ч | В, Ж, Й,<br>О, У, Ш | Г, З, К,<br>П, Ф, Щ | Д, И, Л,<br>Р, Х, Ю |
| 1                 | 505                              | 510                 | 515                 | 520                 | 525                 |
| 2                 | 515                              | 520                 | 525                 | 530                 | 535                 |
| 3                 | 525                              | 530                 | 535                 | 540                 | 545                 |
| 4                 | 535                              | 540                 | 545                 | 550                 | 555                 |
| 5                 | 585                              | 590                 | 595                 | 600                 | 605                 |
| 6                 | 685                              | 690                 | 695                 | 700                 | 705                 |

Таблиця 4

Собівартість продукції, грн.

| Собівартість продукції | Варіанти (остання цифра шифру) |       |        |        |        |
|------------------------|--------------------------------|-------|--------|--------|--------|
|                        | 0, 1                           | 2, 3  | 4, 5   | 6, 7   | 8, 9   |
| 1                      | 90900                          | 97850 | 100000 | 107100 | 114400 |

|   |        |        |        |        |        |
|---|--------|--------|--------|--------|--------|
| 2 | 92185  | 98700  | 100980 | 107640 | 115010 |
| 3 | 93450  | 99510  | 101920 | 108120 | 115560 |
| 4 | 94695  | 100280 | 102820 | 108000 | 116050 |
| 5 | 100035 | 107100 | 105560 | 109740 | 119400 |
| 6 | 113025 | 121625 | 115600 | 124200 | 135800 |

Таблиця 5

Рентабельність продукції, %.

| Остання цифра<br>шифру | Варіанти (передостання цифра шифру) |      |      |      |      |      |      |      |      |      |
|------------------------|-------------------------------------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
|                        | 0                                   | 1    | 2    | 3    | 4    | 5    | 6    | 7    | 8    | 9    |
| 0                      | 10                                  | 10,1 | 10,2 | 10,3 | 10,4 | 10,5 | 10,6 | 10,7 | 10,8 | 10,9 |
| 1                      | 11                                  | 11,1 | 11,2 | 11,3 | 11,4 | 11,5 | 11,6 | 11,7 | 11,8 | 11,9 |
| 2                      | 12                                  | 12,1 | 12,2 | 12,3 | 12,4 | 12,5 | 12,6 | 12,7 | 12,8 | 12,9 |
| 3                      | 13                                  | 13,1 | 13,2 | 13,3 | 13,4 | 13,5 | 13,6 | 13,7 | 13,8 | 13,9 |
| 4                      | 14                                  | 14,1 | 14,2 | 14,3 | 14,4 | 14,5 | 14,6 | 14,7 | 14,8 | 14,9 |
| 5                      | 15                                  | 15,1 | 15,2 | 15,3 | 15,4 | 15,5 | 15,6 | 15,7 | 15,8 | 15,9 |
| 6                      | 16                                  | 16,1 | 16,2 | 16,3 | 16,4 | 16,5 | 16,6 | 16,7 | 16,8 | 16,9 |
| 7                      | 17                                  | 17,1 | 17,2 | 17,3 | 17,4 | 17,5 | 17,6 | 17,7 | 17,8 | 17,9 |
| 8                      | 18                                  | 18,1 | 18,2 | 18,3 | 18,4 | 18,5 | 18,6 | 18,7 | 18,8 | 18,9 |
| 9                      | 19                                  | 19,1 | 19,2 | 19,3 | 19,4 | 19,5 | 19,6 | 19,7 | 19,8 | 19,9 |

Література: 1; 3; 6; 8; 9; 14; 15; 19; 20.

#### Задача 2.6

Визначити оптимальний обсяг виробництва продукції оптимальних цін, при яких гранична виручка перевищуватиме граничні витрати підприємства.



Базова ціна передбачає рентабельність виробництва продукції 10%. Підприємство може виробляти продукцію у обсягах, наведених у таблиці.

| N  | Обсяг виробництва,т | Собівартість продукції, грн.. |
|----|---------------------|-------------------------------|
| 1. | 420                 | 42000                         |
| 2. | 430                 | 42570                         |
| 3. | 440                 | 43120                         |
| 4. | 450                 | 43650                         |
| 5. | 500                 | 46500                         |
| 6. | 600                 | 51140                         |

### Задача 2.7

У магазині передбачається встановити кіоск з продажу газет і журналів. Середня ціна одиниці друкованої продукції за проектом встановлюється на рівні 0,8 грн., витрати на придбання 0,95 грн. Обсяг продажу за проектом 12 тисяч екземплярів. Додаткові капітальні витрати на облаштування кіоску становлять 2250 грн. До встановлення кіоску річний оборот магазину становив 450 тис.грн. За проектом прогнозується, що він зросте до 480 тис.грн.

Обґрунтувати доцільність встановлення у приміщенні магазину кіоску.

Література: 1; 3; 6; 8; 9; 14; 15; 19; 20.

### Задача 2.8

Підприємство (А) за показниками обсягу реалізації, собівартості продукції і прибутку, займає останнє місце на ринку серед основних конкурентів, табл.1.

Його позиція на ринку небезпечна і для зміцнення її потрібно упровадити нову технологію виробництва, яка створить передумови для зниження собівартості продукції і підвищення прибутковості. Капітальні витрати на придбання і встановлення нового обладнання за проектом становлять 1250 тис.грн.

Таблиця.

| Підприємства | Обсяг продажу, тис.грн. | Собівартість одиниці продукції,грн.. | Ціна одиниці продукції, грн.. | Прибуток на одиницю продукції, грн. |
|--------------|-------------------------|--------------------------------------|-------------------------------|-------------------------------------|
| 1.А          | 250                     | 10                                   | 11                            | 1                                   |
| 2.Б          | 270                     | 9,9                                  | 11                            | 1.1                                 |
| 3.В          | 300                     | 9,8                                  | 11                            | 1,2                                 |
| 4.Г          | 350                     | 9,6                                  | 11                            | 1,4                                 |

Порівняльні показники базового і проектного варіантів підприємства (А), табл.2.

| Показники                                     | Один виміру | База  | Проект     | Відхилення |            |
|---|-------------|-------|------------|------------|------------|
|   |             |       |            | Абсолют.   | Відносні,% |
| 1.Обсяг виробництва                           | тис.т       | 250   | 450        | 200        | 80         |
| 2.Оптові ціни 1т.продукції                    | грн.        | 11    | 10         | -1         | 9,1        |
| 3.Собівартість 1 т продукції                  | грн.        | 10    | 7,38       | -2,62      | 26,2       |
| 4.Брак продукції                              | %           | 5     | 1,5        | 3,5        | 3,5        |
| 5.Витрати ел.енергії на 1т.продукції          | кВт.г од.   | 10    | 5,2        | 4,8        | 52         |
| 6.Витрати сировини на 1т.                     | грн..       | 1,1   | 1,01       | 0,09       | 8,9        |
| 7.Ціна 1т.сировини                            | грн..       | 8     | 8          | -          | -          |
| 8.Частка умовн.- пост.витрат у собіварт.прод. | %           | 20    | 12         | 8          | 8          |
| 9.Тариф на 1 кВт.год                          | грн..       | 0,156 | 0,154<br>6 | -          | -          |

Завдання 4.

Керівництво АТ «Млин», з метою зміцнення конкурентоспроможності розробило проект створення холдингової компанії у складі хлібопекарного заводу, механізованої пекарні і елеватора, шляхом купівлі їх контрольного пакеут їх акцій.

Література: 1; 3; 6; 8; 9; 14; 15; 19; 20.

## Приклад розрахунку

Спочатку формується таблиця вихідних даних (за варіантом), приклад якої наведено нижче.

Таблиця 2.5

### Вихідні дані

| Обсяг виробництва, т | Собівартість продукції, грн |
|----------------------|-----------------------------|
| 1 – 500              | 10 0000                     |
| 2 – 510              | 10 0980                     |
| 3 – 520              | 10 1920                     |
| 4 – 530              | 10 2820                     |
| 5 – 580              | 10 5560                     |
| 6 – 680              | 11 5600                     |

1. Середня собівартість 1 т продукції при виробництві 500 т:

$$C1 = \frac{100000}{500} = 200 \text{ грн}$$

2. Середня собівартість продукції при обсягу виробництва 510 т:

$$C2 = \frac{100980}{510} = 198 \text{ грн}$$

3. Собівартість 1 т додатково виробленої продукції за другим варіантом:

$$C_{2\partial} = \frac{100980 - 100000}{10} = 98 \text{ грн}$$

4. Середня собівартість 1 т продукції при виробництві 520 т:

$$C_3 = \frac{101920}{520} = 196 \text{ грн}$$

5. Собівартість 1 т додатково виробленої продукції за третім варіантом:

$$C_{3\partial} = \frac{101920 - 100980}{10} = 94 \text{ грн}$$

6. Середня собівартість 1 т продукції при виробництві 530 т:

$$C_4 = \frac{102820}{530} = 194 \text{ грн}$$

7. Собівартість 1 т додатково виробленої продукції за четвертим варіантом:

$$C_{4\partial} = \frac{102820 - 101920}{10} = 90 \text{ грн}$$

8. Середня собівартість 1 т продукції при виробництві 580 т:

$$C_5 = \frac{105560}{580} = 182 \text{ грн}$$

9. Собівартість 1 т додатково виробленої продукції за п'ятим варіантом:

$$C_{5\partial} = \frac{105560 - 102820}{50} = 54,8 \text{ грн}$$

10. Середня собівартість 1 т продукції при виробництві 680 т:

$$C_6 = \frac{115600}{680} = 170 \text{ грн}$$

11. Собівартість 1 т додатково виробленої продукції за шостим варіантом:

$$C_{6\partial} = \frac{115600 - 105560}{100} = 100,4 \text{ грн}$$

Таким чином, збільшення обсягів сприяє зменшенню витрат на виробництво додаткової продукції до певної межі, перевищення якої визиває зворотний процес, тобто збільшення витрат. Одночасно помічаємо, що середня собівартість загального обсягу виробництва і собівартість гранична – це різні речі, які не варто ототожнювати.

Базова ціна на вироблену продукцію встановлена за базовим рівнем виробництва (перший варіант) і передбачає рівень рентабельності 10 %.

12. Розрахунок базової ціни на продукцію (максимальної):

$$C_{\max} = C_1 \cdot K_{np}, \quad (2.1)$$

де  $K_{np}$  – коефіцієнт прибутковості.

$$C_{\max} = 200 \cdot 1,1 = 220 \text{ грн}$$

13. Розрахунок мінімальної ціни здійснимо за рівнем собівартості п'ятого варіанта, так як при обсязі виробництва 580 т підприємство має найнижчу граничну собівартість продукції – 54,8 грн:

$$C_{\min} = C_5 \cdot K_{np}, \quad (2.2)$$

$$C_{\min} = 182 \cdot 1,1 = 200,2 \text{ грн}$$

Отже, оптимальний обсяг виробництва – 580 т, оптимальні ціни: мінімальна – 200,2 грн і максимальна – 220 грн. У цих межах підприємство може змінювати ціни в умовах цінової конкуренції.



### **3. Тести з дисципліни «Конкурентоспроможність підприємства».**

**Тест 1.** Конкурентоспроможність товару:

- а) престижний товар;
- б) дефіцитний товар;
- в) товар високої якості;
- г) низькі ціни на товар;
- д) ступінь зацікавленості покупця купити товар.

**Тест 2.** Споживча цінність товару:

- а) задовольняє вимоги споживача;
- б) максимальна ціна за якою покупець згоден купити товар;
- в) престижний товар;
- г) товар, що має найкращі параметри.

**Тест 3.** Резерв конкурентоспроможності товару:

- а) різниця між споживчою ціною і ціною реалізації товару;
- б) різниця якісних параметрів товару конкурентів;
- в) конкурентоспроможний товар займає більший сегмент ринку;
- г) товар виробляють на сучасних технологіях.

**Тест 4.** Принципи компенсації для товару:

- а) доплата покупцю для стимулювання купівлі товару фірми;
- б) придбання товару найкращих параметрів з одного боку і погіршення переваг з іншого;
- в) підвищення цін на одні товари і підвищення на інші ходові товари;
- г) компенсування виплат кредиторам продукцією фірми.

**Тест 5.** Головними чинниками формування споживчої ціни є:

- а) рівень енергоємності технології;
- б) рівень матеріалоємності товару;
- в) валовий дохід і валові витрати;
- г) рівень кваліфікації працівників фірми.

**Тест 6.** Принципи компенсації для підприємства.

- а) вибір продукції за рахунок якої фірма отримує переваги над конкурентами;
- б) фірма підвищує якість одних параметрів і одночасно втрачає переваги у інших;
- в) постачальник компенсує втрати підприємству за несвоєчасну поставку сировини;
- г) держава компенсує втрати підприємству від стихійного лиха.

**Тест 7.** Крива попиту на товар є:

- а) абсолютно еластичною;
- б) абсолютно не еластичною;
- в) не є абсолютно еластичною;
- г) залежить від виду товару.

**Тест 8.** Головним правилом успішного пошуку цін є:

- а) встановлення граничної виручки на рівні граничних витрат;
- б) планування витрат вищих за обсяг реалізації;
- в) планування витрат на виробництво нижчих за обсяг реалізації;
- г) встановлення високих цін на товари, які мають високий і стабільний попит.

**Тест 9.** Чому конкуренти не можуть розподілити ринок на взаємовигідних засадах:

- а) розподіл ринку не має під собою юридичної сили;
- б) такий розподіл забороняє антимонопольне законодавство;
- в) не бажають поступатися своїми перевагами;
- г) угода про розподіл не може задовольнити сторони;
- д) угода буде порушуватися за рахунок сильного стимулу до конкуренції;
- е) угоди не стійкі, тому що вони не враховують сили конкуренції;
- ж) усі відповіді не вірні ( вірні ).

**Тест 10.** Чи потрібні для збереження економічної системи закони, які б захищали нечесні дії конкурентів, такі як продаж товарів нижче собівартості:

- а) суспільство буде протестувати проти таких законів;
- б) суспільство схвалить такі закони;
- в) комерційні фірми підтримають такі закони;
- г) такі закони призведуть до створення монополізму;
- д) усі відповіді не вірні ( вірні ).

**Тест 11.** «Хижацьке» зниження цін має за головну мету:

- а) встановлення рівня цін нижче собівартості товару;
- б) витіснення конкурентів з ринку;
- в) запобігання появи нових конкурентів;
- г) компенсувати втрати від зниження цін при захопленні ринку;
- д) усі відповіді не вірні ( вірні ).

**Тест 12.** Конкурентна боротьба це:

- а) змагання сторін для отримання переваг при досягненні визначеної мети;
- б) природне явище і стимул прогресу суспільства;
- в) спосіб зрівняння норми прибутку і оптимального розподілу праці та капіталу;
- г) автоматичного регулювання рівноваги ринку;
- д) регулювання особистих і громадських інтересів;
- ж) усі відповіді не вірні ( вірні ).

**Тест 13.** Типові риси олігополістичної конкуренції:

- а) на ринку діють кілька великих фірм;
- б) на ринку діє безліч фірм;
- в) межі коливання цін узгоджуються конкурентами;
- г) коливання цін не узгоджуються конкурентами;
- д) на ринку спостерігається тільки цінова конкуренція;
- е) на ринку існує тільки нецінова конкуренція;
- ж) на ринку спостерігається переважно цінова конкуренція;
- з) на ринку високі вхідні бар'єри для великих фірм;
- і) на ринку високі вхідні бар'єри для малого бізнесу.

**Тест 14.** На ринку монополістичної конкуренції фірма отримує додатковий прибуток за рахунок ефекту масштабу виробництва здійснюючи такі заходи:

- а) технологічного прориву;
- б) створення попиту за рахунок стандартизації потреб ринку, запропонувавши новий товар і відволікши покупців від індивідуальних замовлень;
- в) спеціалізації за окремим товаром або послугою;
- г) спеціалізації на індивідуальних замовленнях;
- д) усі відповіді вірні (не вірні).

**Тест 15.** Для отримання переваг на олігополістичному ринку застосовуються такі заходи:

- а) здійснення суворого контролю цін конкурентів і миттєва відповідь на цінові зміни;
- б) створення таємних об'єднань з питань цінової політики;
- в) здійснення спеціалізації виробництва;
- г) активізація дій на регіональному ринку.

**Тест 16.** На ринку чистої монополії конкуренція монополіст діє з урахуванням таких пріоритетів маркетингу:

- а) підвищення вхідних бар'єрів в галузь;
- б) конкуренція з новаціями суміжних галузей;
- в) протидія товарам-замінникам;
- г) конкуренція з імпортом;
- д) створення таємних об'єднань;
- ж) здійснює концентрацію товару на обмеженій території.

**Тест 17.** У практиці конкурентної боротьби виділяються 6 основних елементів конкурентного середовища:

- а) держава та її політика з проблем конкуренції;
- б) нові фірми, що виходять на ринок і загострюють конкуренцію;
- в) споживачі, їх смаки та попит;
- г) постачальники ресурсів;

д) усі відповіді вірні (не вірні).

**Тест 18.** Рівень вхідних бар'єрів для нових фірм- конкурентів визначається:

- а) типом виробництва і рівнем собівартості продукції;
- б) доступністю каналів розподілу;
- в) ступенем диференціації продукції;
- г) потребою в додаткових інвестиціях;
- д) умовами антимонопольного Комітету;
- ж) державними органами місцевої влади.

**Тест 19.** Ціна попиту це:

- а) результат конкурентного співставлення цін попиту і пропозиції при їх різних співвідношеннях;
- б) ціна, за якою покупець згоден купити товар;
- в) ціна при умові коли попит перевищує пропозицію.

**Тест 20.** Джерелами інформації для дослідження попиту і пропозиції можуть бути:

- а) статистичні дані офіційних і не офіційних установ;
- б) біржові котировки цін;
- в) дані фірм щодо замовлень і контрактів;
- г) дані щодо конкурентів і споживачів;
- д) дані про постачальників сировини;
- е) дані про номенклатуру товару;
- з) дані щодо функціонального призначення товару.

**Тест 21.** Стратегія конкуренції спрямована:

- а) на забезпечення переваг над конкурентами на 5-10 років;
- б) на забезпечення переваг у поточному році;
- в) не передбачає визначення терміну для конкурентних переваг.

**Тест 22.** Стратегія зниження собівартості продукції зорієнтована:

- а) на виробництво масової продукції;

- б) на отримання економії від масштабу виробництва;
- в) на встановлення низьких цін;
- г) на оптимальний розмір підприємства;
- д) на завоювання більшої частки ринку;
- є) на виробництво широкого асортименту продукції.

**Тест 23.** Стратегія диференціації товару має такі характерні риси:

- а) виробництво товару, який має обмежений попит;
- б) реалізація оригінальних ідей;
- в) імітація товару конкурентів;
- г) уніфікація товару;
- д) передбачає цінову конкуренцію.

**Тест 24.** Стратегія сегментування ринку передбачає:

- а) витіснення конкурентів зі свого сегменту;
- б) високий рівень сервісного обслуговування;
- в) диференціацію товарів і послуг;
- г) збільшення витрат на обслуговування сегменту;
- д) компенсацію витрат на обслуговування у сфері розподілу товарів.

**Тест 25.** При розробці стратегії миттєвого реагування на потреби ринку потрібно:

- а) оцінити ефективність стратегії і ризику;
- б) здійснити аналіз ринкових умов для реалізації стратегії;
- в) здійснити аналіз особливостей організації і управління виробництвом в умовах ринку;
- г) адаптувати заходи до умов ринку;
- д) отримати необхідні кредити;
- є) узгодити свої дії з конкурентами.

**Тест 26.** Новий ринок, який розширюється має такі характерні риси:

- а) ринок відкритий, правила «гри» на ньому не встановлені, власником ноу-хау є підприємство;
- б) є невизначеність щодо ефективності нових технологій;
- в) відсутня повна інформація щодо конкурентів;

г) сприятливі умови щодо зниження собівартості продукції за рахунок нових ідей;

д) відсутні вхідні бар'єри, за винятком значних інвестицій у нові технології;

є) маркетинг знаходиться у стадії створення, коло споживачів тільки починає формуватися;

з) ринок високорентабельний, фінансова підтримка не потрібна.

**Тест 27.** Перехід фірми у олігополістичний стан супроводжується:

а) підвищенням її ефективності;

б) ефективність не змінюється;

в) ефективність погіршується.

**Тест 28.** Ефект масштабу виробництва виникає при дії таких чинників:

а) технологічних;

б) спеціалізації виробництва;

в) диференціації виробництва;

г) диверсифікації виробництва;

д) одночасно виробництва кількох товарів.

**Тест 29.** До головних заходів стратегії обслуговування масового попиту відносять:

а) низькі ціни;

б) високий рівень якості товару і сервісу;

в) широкий асортиментний набір товарів;

г) обмеженість монопольних зловживань;

д) продаж товару у кредит;

є) продаж товару у розстрочку;

з) спрощення технології виробництва.

**Тест 30.** Головними стратегічними напрямками «придушення» конкурентів є:

а) жорстокий і постійний пресинг конкурента;

б) використання помилок конкурента;

в) захоплення стратегічно вигідних позицій на ринку;

- г) подальша сегментація ринку;
- д) імітація торгової марки конкурента;
- є) фронтальний напад на конкурента.

**Тест 31.** Практика бізнесу свідчить, що виникнення фірми-віолента можливе при таких умовах:

- а) наявність широкомасштабних інвестицій;
- б) створення масштабного масового виробництва товару;
- в) створення загальнонаціональної і світової маркетингової мережі;
- г) створення ефективного апарату управління;
- д) усі відповіді вірні( не вірні)

**Тест 32.** При втраті фірмою-віалентом своїх ринкових позицій у неї є такі варіанти виходу із скрутного становища:

- а) дезінвестування бізнесу (позбавлення збитків);
- б) зменшити оборот і об'єднати капітали;
- в) диференціювати виробничі і організаційні структури;
- г) створити дочерні фірми зі статусом малих підприємств;
- д) усі відповіді вірні( не вірні).

**Тест 33.** В практиці конкурентної боротьби існує такі категорії конкурентних ходів:

- а) ходи, що поліпшують становище фірми та конкурентів, навіть у випадку якщо конкурент не наслідує їх;
- б) ходи, що поліпшують становище фірми та конкурентів, тоді коли їх наслідує багато фірм;
- в) ходи, що поліпшують становище фірми тому,що конкуренти не наслідуватимуть їх;
- г) ходи, які не впливають на позиції конкурентів.

**Тест 34.** При дослідженні загрозованих дій конкурентів слід поставити такі питання:

- а) яка існує ймовірність відсічі ?
- б) як швидко вона станеться ?
- в) наскільки вона буде жорстокою ?



- г) як пом'якшити відсіч ?
- д) усі відповіді вірні( не вірні).

**Тест 35.** Часове відставання відсічі може залежати від таких обставин:

- а) нездатність конкурентів загострити увагу на відсічі, що збільшує їх витрати на нейтралізацію дій фірми-ініціатора;
- б) часові відставання, які пояснюються конфліктними цілями;
- в) небажання конфронтації з сильним конкурентом.

**Тест 36.** Основним принципом конкурентної взаємодії є:

- а) знаходження вірних стратегічних ходів;
- б) навмисна затримка з відсіччю;
- в) збалансування вищезазначених варіантів;
- г) використання усіх ресурсів для відсічі.

**Тест 37.** Головними захисними ходами фірми є:

- а) створення ситуації при якій конкурент не наважиться наступати;
- б) попередження сутичок взагалі;
- в) поширення інформації про агресію;
- г) імітація товару агресора;
- д) цінові знижки;
- ж) судові позови.

**Тест 38.** Існують такі види концепції «зобов'язання»:

- а) фірма змушена, при певних обставинах, здійснювати відповідні дії;
- б) фірма здатна дати відсіч і захищатиметься, якщо конкурент зробить загрозливі кроки;
- в) фірма не вдаватиметься до певних акцій або відмовиться від них;
- г) усі відповіді вірні( не вірні).

**Тест 39.** Найчастіше фрагментованій галузі функціонують:

- а) у сфері послуг;
- б) у роздрібній торгівлі;
- в) у каналах розподілу товару;
- г) інтелектуальному бізнесі;

- д) у металургійній промисловості;
- ж) будівельних галузях.

**Тест 40.** Фрагментовані галузі мають такі типові ознаки :

- а) висока концентрація виробництва;
- б) розпорошення підприємств;
- в) рівень зрілості галузі;
- г) вплив на галузі міжнародної конкуренції;
- д) динамічність зростання.

**Тест 41.** Основні причини фрагментації такі:

- а) низькі вхідні бар'єри на ринок;
- б) відсутність економії за рахунок ефекту масштабу;
- в) високі інвестиційні витрати та нерівномірне коливання збуту;
- г) відсутність переваг, пов'язаних з розмірами фірми, у стосунках з – покупцями та постачальниками;
- д) мала ефективність;
- ж) усі відповіді вірні( не вірні).

**Тест 42.** Для подолання фрагментації застосовують такі заходи:

- а) отримання економії за рахунок масштабів виробництва;
- б) інвестування з метою підвищення механізації виробництва та підвищення інтенсивності капіталу;
- в) інноваційна діяльність;
- повномасштабна дилерська діяльність та сфера послуг;
- г) усі відповіді вірні( не вірні).

**Тест 43.** Конкурентна боротьба у фрагментованих галузях:

- а) жорстка;
- б) помірна;
- в) відсутня.

**Тест 44.** Фірми фрагментованих галузей застосовують такі стратегії:

- а) глибока децентралізація;

- б) збільшення додаткової вартості у бізнесі;
- в) спеціалізація за товарними типами або товарна сегментація;
- г) спеціалізація за типом споживача;
- д) широка реклама діяльності.

**Тест 45.** Конкуренція є головним регулятором економіки з таких причин :

- а) фірми дотримуються різних стратегій не ізольовано;
- б) при конкурентній війні фірми взаємодіють між собою, складаючи єдину систему або співтовариство;
- в) конкуренція сприяє реалізації досягнень НТП;
- г) конкуренція провокує застійні процеси у економіці.

**Тест 46.** Взаємодія різнотипних фірм на ринку провокує такі процеси:

- а) постійно створюють взаємні загрози;
- б) захищають ринок від засилля агресивних груп могутніх фірм;
- в) захищають від застійних явищ;
- г) підвищення цін;
- д) гальмують інноваційні процеси;
- ж) протидіють впровадженню нових товарів.

**Тест 47.** Наявність конкуренції на ринку:

- а) вносить більше негативних наслідків;
- б) вносить більше позитивних наслідків;
- в) є більшим злом у порівнянні з монополією.

**Тест 48.** Цілі конкурентної боротьби залежать:

- а) від маркетингової орієнтації фірми;
- б) від виробничих можливостей фірми;
- в) від ринкової кон'юктури;
- г) від урядових обмежень;
- д) від законодавчого поля.

**Тест 49.** Розпочинаючи аналіз ринку потрібно:

- а) здійснити дослідження ринкової кон'юктури;
- б) визначити стратегічні напрями розвитку фірми;
- в) вивчити правові основи бізнесу у галузі;
- г) скласти товарно-матеріальні баланси фірми.

**Тест 50.** Головні ознаки появи нових конкурентів:

- а) фірма зменшує випуск традиційних товарів, що впливає на зменшення його ринкової частки;
- б) збільшується кількість реклаमाцій на товар;
- в) витрати на продаж товару постійно збільшуються;
- г) фірма звільнює досвідчених фахівців.

**Тест 51.** Ринкова частка конкурента визначається відношенням:

- а) прибутку до обороту;
- б) собівартості до складських запасів;
- в) обсягом продажу до загального обороту ринку.

**Тест 52.** При аналізі товарної політики конкурентів у першу чергу вивчаються такі питання:

- а) як часто пересікаються сегменти споживачів, що користуються товаром конкурента;
- б) чому споживач віддає перевагу товару конкурента;
- в) як реалізує відходи виробництва конкурент.

**Тест 53.** Динаміка цін конкурента визначається його стратегією ціноутворення і переслідує такі цілі:

- а) отримання прибутку на достроковий період;
- б) отримання максимального прибутку на короткий час;
- в) ріст обсягу продажу;
- г) боротьба з конкурентами, які упроваджують інновації.

**Тест 54.** Коефіцієнт взаємної еластичності визначається відношенням:

- а) прибутку конкурента до ціни на його товар;
- б) собівартості продукції до прибутку;

в) собівартості продукції до обороту.

**Тест 55.** При аналізі фінансової стабільності конкурентів вивчаються такі показники:

- а) платоспроможність;
- б) фінансова стійкість;
- в) довгострокове залучення коштів;
- г) показники рентабельності;
- д) плинність кадрів.

**Тест 56.** Головними способами отримання інформації щодо конкурентів є:

- а) спостереження;
- б) анкетування;
- в) експерименти;
- г) усі відповіді вірні( не вірні).

**Тест 57.** Джерела інформації для аналізу конкурентного середовища:

- а) канали розподілу;
- б) постачальники і споживачі;
- в) персонал конкурента;
- г) усі відповіді вірні( не вірні).

#### **4. Оцінювання самостійної роботи студента**

Перевірку рівня засвоєних студентом знань може бути здійснено за допомогою відповідей на контрольні запитання, розв'язання практичних завдань, підготовки реферату.

Формою контролю є перевірка підготовлених завдань, рефератів і співбесіда. За їхніми результатами викладач виставляє оцінку за виконану самостійну роботу з дисципліни, використовуючи критерії оцінок, які представлені нижче.

*«Відмінно»* – самостійна робота виконана в повному обсязі даного завдання. Виконана практична частина завдання свідчить про вміле, правильне і творче застосування теоретичних знань, використання міжпредметних зв'язків при вирішенні конкретних завдань.

Виконана робота демонструє вміння робити правильні розрахунки, складати правильні таблиці та формулювати самостійні висновки. Завдання самостійної роботи виконані з обґрунтуванням послідовності їх здійснення, мають логічне завершення. Відповідь викладена на папері послідовно з дотриманням правил культури писемного ділового мовлення.

*«Добре»* – самостійна робота виконана в повному обсязі даного завдання, але має незначні помилки, що не порушують суті роботи. Практична частина роботи свідчить про вміння і правильне застосування теоретичних знань, доцільне використання міжпредметних зв'язків при його вирішенні. Виконане самостійно завдання демонструє вміння робити правильні розрахунки, з незначними неточностями, які не впливають істотно на результат роботи, правильно складати таблиці (допускаються 1-2 арифметичні помилки). Відповідь викладена на папері з дотриманням правил культури писемного ділового мовлення.

*«Задовільно»* – самостійна робота в основному виконана. Теоретичних знань недостатньо для вмілого і творчого застосування їх при виконанні завдання, при використанні міжпредметних зв'язків. Допущені помилки у розрахунках, порушена логіка, послідовність у виконанні роботи. Робота має незавершений висновок. Відповідь викладена на папері з незначними порушеннями правил культури писемного мовлення.

*«Незадовільно»* – самостійна робота виконана з грубими помилками, демонструє незнання більшої частини програмного матеріалу. Допущені істотні помилки в розрахунках, таблицях і записах, порушена логіка та послідовність у виконанні роботи. Висновок відсутній або сформульований неправильно.

## **5. Запитання до заліку**

### **Змістовий модуль 1. Конкурентоспроможність підприємства, його аналіз**

1. Змістова характеристика конкуренції.
2. Вплив конкуренції на результати діяльності підприємства.
3. Особливості поведінки сучасних підприємств в умовах конкурентного середовища.
4. Залежність стратегії конкурентної боротьби від виду діяльності підприємства.
5. Стратегія виключення зайвих витрат.
6. Конкурентоспроможність галузі.

7. Зовнішні фактори, що впливають на конкурентоспроможність підприємства.
8. Внутрішні фактори, що впливають на конкурентоспроможність підприємства.
9. Організаційні заходи, що підвищують рівень конкурентоспроможності підприємства.
10. Теорія конкурентної переваги М. Портера.
11. Змістова характеристика конкурентної переваги.
12. «Аналіз пар» як спеціальний вид оцінки конкурентних переваг товарів.
13. Відносність конкурентної переваги.
14. Класифікаційні ознаки конкурентних переваг підприємства.
15. Вплив державної політики на процес формування конкурентних переваг.
16. Види діяльності при конкуренції, що входять у ланцюжок цінності підприємства.
17. Класифікаційні ознаки ексклюзивної цінності.
18. Основи прогнозування конкурентної переваги.
19. Змістова характеристика конкурентної діагностики.
20. Причини формування позиції споживачів.
21. Порівняння комерційних характеристик товарів.
22. Оцінювання адекватності комерційних характеристик вимогам ринку.
23. Порівняння стратегій позиціонування товару на ринку.
24. Сутність SWOT-аналізу.
25. Метод аналізу GAP.
26. Філософія LOTS.
27. Метод PIMS.
28. Модель аналізу «Мак-Кінзі».

## **Змістовий модуль 2. Забезпечення конкурентоспроможності підприємства**

1. Якість продукції як ключовий чинник утримання позицій на ринку.
2. Основні напрями підвищення якості продукції.
3. Атестація виробництва на відповідність міжнародним стандартам якості серії ISO 9000.
4. Порядок оцінювання конкурентоспроможності продукції.

5. Ситуації, для обґрунтування прийнятих рішень яких можуть бути використані принципи та методи оцінювання конкурентоспроможності.
6. Технічні параметри конкурентоспроможності (параметри призначення; ергономічні параметри; естетичні параметри; нормативні параметри).
7. Економічні параметри конкурентоспроможності.
8. Методи оцінювання конкурентоспроможності продукції.
9. Поняття про конкурентний статус.
10. Фактори впливу на конкурентний статус підприємства.
11. Методика оцінювання конкурентного статусу підприємства.
12. Аналіз структури системи забезпечення конкурентоспроможності підприємства.
13. Показники конкурентної переваги за елементами системи забезпечення конкурентоспроможності підприємства.
14. Компоненти зовнішнього середовища, що впливають на ефективність і стабільність функціонування підприємства.
15. Фактори макросередовища та інфраструктури регіону.
16. Фактори мікросередовища підприємства.



## **6. Критерії оцінювання знань студентів**

### **6.1. Поточне оцінювання знань студентів**

*Метою та завданням* поточного контролю є визначення рівня засвоєння матеріалу студентами для корекції їхньої навчальної роботи в разі потреби, а також накопичування балів рейтингу студента з дисципліни.

*Засоби* поточного контролю вивчення дисципліни:

- опитування на заняттях;
- перевірка підготовки до практичних занять;
- перевірка виконання модульних контрольних робіт;
- розв'язування практичних завдань біля дошки;
- опитування в процесі індивідуально-консультативних занять для перевірки засвоєння матеріалу пропущених занять.

*Об'єктами* поточного контролю є: відповіді на заняттях, виконання модульних контрольних робіт, додаткові види робіт.

### **6.2. Підсумкове оцінювання знань студентів**

Підсумковим контролем знань студентів із дисципліни є: у I семестрі за підсумками I і II модулів – залік.

Порядок проведення заліку.

Залік оцінюється в 10 балів за 100-бальною шкалою.

*Залік ставиться*, якщо студентом надана правильна відповідь, що побудована на рівні самостійного мислення з елементами творчого пошуку, розумінні значення конкуренції для розвитку підприємства; критеріїв та показників конкурентоспроможності підприємства; методів аналізу конкурентних переваг; принципів кількісного оцінювання рівня конкурентного статусу підприємства; структури системи забезпечення конкурентоспроможності підприємства. Грамотне, логічно-послідовне викладення теоретичного матеріалу, вміння пов'язувати його з практикою підприємств, а також робити узагальнення та висновки. Допускаються окремі незначні помилки та неточності у висвітленні неосновних аспектів проблеми.

Студент *не отримує залік*, якщо дає неправильну відповідь на запитання. Допущені значні помилки, що мають принципове значення в теоретичних визначеннях і практичному застосуванні. Незнання більшості понять і категорій конкурентоспроможності підприємства.

### 6.3. Загальна підсумкова оцінка з дисципліни

Загальна підсумкова оцінка з дисципліни за семестр – це сума оцінок поточного та підсумкового контролю.

Якщо студент не з'явився на підсумковий контроль, то йому виставляється як підсумкова та оцінка, яка отримана за результатами поточного контролю.

*Система нарахування додаткових балів за видами робіт із вивчення дисципліни “Конкурентоспроможність підприємства”*

| <b>Нарахування додаткових балів</b>  |    |
|--|----|
| 1. Написання і захист рефератів за заданою тематикою   | 5  |
| 2. Участь у науковому студентському гуртку кафедри економіки підприємств транспорту та наукових конференціях | 8  |
| 3. Виконання індивідуального завдання підвищеної складності  | 7  |
| Разом за семестр   | 20 |

Рейтинг студента за дисципліною – сума балів за семестр, заокруглена до цілого балу.

#### **Рейтинг студента за дисципліною**

| За шкалою ECTS | За національною шкалою                         | За шкалою навчального закладу |
|----------------|--|-------------------------------|
| A              | 5 – відмінно                                   | 90 – 100                      |
| B<br>C         | 4 – добре                                      | 81 – 89<br>80 – 75            |
| D<br>E         | 3 – задовільно                                 | 68 – 74<br>67 – 60            |
| F<br>X         | незадовільно з можливістю повторного складання | 35 – 59                       |
| F              | незадовільно з обов'язковим повторним курсом   | 1 – 34                        |

## Рекомендована література

### Основна

1. Абрамишвили Г. Г. Конкуренция: анализ, стратегия и практика конкурентной борьбы монополий. – М.: Экономика, 1998. – 241 с.
2. Андриєнко М. М. Якість транспортного обслуговування: економічна сутність та особливості визначення на залізничному транспорті // Зб. наук. праць «Економіка і управління». Вип. 6. – КУЕТТ. – 2004. – С.152 – 157.
3. Бакалінський О. В. Управління лідерами змін – засіб підвищення конкурентоспроможності підприємства // Зб. наук. праць «Економіка і управління». Вип. 6. – КУЕТТ. – 2004. – С. 275 – 284.
4. Вертель В. В., Тітова Н. А. Аналіз конкурентоспроможності залізниць на ринку транспортних послуг // Зб. наук. праць «Економіка і управління». Вип. 6. – КУЕТТ. – 2004. – С. 119 – 124.
5. Грознецька Л. П., Пилипенко О. В. Формування кластеру – основа забезпечення конкурентоспроможності залізничного транспорту України // Зб. наук. праць «Економіка і управління». Вип. 7. – КУЕТТ. – 2005. – С. 36 – 44.
6. Гурнак В. М., Ананченко О. В. Напрями підвищення рівня конкурентоспроможності транзитних перевезень // Зб. наук. праць «Економіка і управління». Вип. 7. – КУЕТТ. – 2005. – С. 12 – 18.
7. Дзись В. І., Богацька Л. М. Оцінка конкурентоспроможності залізничного транспорту України на ринку пасажирських перевезень // Зб. наук. праць «Економіка і управління». Вип. 7. – КУЕТТ. – 2005. – С. 120 – 130.
8. Должанський І. З., Загорна Т. О. Конкурентоспроможність підприємства: Навч. посіб. – К: Центр навчальної літератури, 2006. – 384 с.
9. Лисак І. О. Чинники конкуренції транспортної галузі // Зб. наук. праць «Економіка і управління». Вип. 6. – КУЕТТ. – 2004. – С. 218 – 223.
10. Колесникова Н. М. Застосування стандартизації при розробці методики розрахунків собівартості залізничних перевезень // Зб. наук. праць «Економіка і управління». Вип. 9. – КУЕТТ. – 2007. – С. 37 – 41.
11. Колесникова Н. М. Концептуальні підходи до стандартизації ціноутворення на залізничному транспорті // Зб. наук. праць «Економіка і управління». Вип. 9. – КУЕТТ. – 2007. – С. 72 – 76.
12. Пасічник В. І., Пасічник В. В. Якість транспортних послуг у міжнародному сполученні // Зб. наук. праць «Економіка і управління». Вип. 8. – КУЕТТ. – 2006. – С. 41 – 45.
13. Пастернак-Таранушенко Г., Рожок В. Конкуренция. Курс лекций и практических на русском и украинском языках. – Киев: ЦУЛ, 2002. – 322 с.

14. Піддубник І. О., Піддубна А. І. Управління міжнародною конкуренто-спроможністю підприємства: Навч. посіб. / За ред. І. О. Піддубного. – Х.: ВД «ІНЖЕК», 2004. – 284 с.
15. Портер Майкл Е. Стратегія конкуренції. Методика аналізу галузей і діяльності конкурентів. – К.: Основи, 1997. – 390 с.
16. Фатхутдинов Р. А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление. – М.: ИНФРА-М, 2000. – 351 с.
17. Чигиринець О. А., Андрієнко М. М. Фінансова складова конкурентоспро-можності транспортних послуг // Зб. наук. праць «Економіка і управління». Вип. 8. – КУЕТТ. – 2006. – С. 46 – 49.
18. Шевченко Л. С. Конкурентное управление: Учеб. пособие. – Х.: Эспада, 2004. – 210 с.
19. Юданов А. Ю. Конкуренция: теория и практика. Учебно-практическое пособие. – 3-е изд., испр. и доп. – М.: Издательство ГНОМ и Д, 2001. – 304 с.

### **Додаткова**

20. Азоев Г. Л. Конкуренция: анализ, стратегия и практика. – М.: Центр экономики и маркетинга, 1996. – 208 с.
21. Долинская М. Г., Соловьев И. А. Маркетинг и конкурентоспособность промышленной продукции. —М.: Экономика, 1991. – 128 с.
22. Киреева Е. Ю. Прогресс высокоскоростных железнодорожных перевозок и информационных технологий в Европе // Зб. наук. праць «Економіка і управління». Вип. 6. – КУЕТТ. – 2004. – С. 125 – 134.
23. Крилова Г. Д. Основы стандартизации, сертификации, метрологии. – М.: Аудит, ЮНИТИ, 1998. – 479 с.
24. Шаповал М. І. Основы стандартизації, управління якістю і сертифікація. – К.: Видавництво Українсько-фінського інституту менеджменту і бізнесу. – 1997. – 150 с.

### **Нормативні акти**

25. Закон України «Про обмеження монополізму та недопущення недобросовісної конкуренції у підприємницькій діяльності» від 18 лютого 1992 року № 2132-ХН.
26. Закон України «Про Антимонопольний комітет України» № 258/95-ВР від 05.07.1995 р.
27. Закон України «Про захист від недобросовісної конкуренції» від 7 червня 1996 року № 236/96-ВР. Введений в дію Постановою ВР від 7

червня 1996 року № 237/96-ВР з 1 січня 1997 року. – Голос України. – 2.07.1996 р.

28. Закон України «Про захист національного товаровиробника від демпінгового імпорту» від 28 грудня 1998 року № 330-XIV. – Урядовий кур'єр. – 18.02.1999, № 31 – 32, «Орієнтир». – С. 1 – 12.

29. Закон України «Про захист національного товаровиробника від субсидованого імпорту» від 22 грудня 1998 року № 331-XIV. – Урядовий кур'єр. – 25.02.1999, № 36 – 37, «Орієнтир». – С. 1 – 11.

30. Закон України «Про захист економічної конкуренції» від 11 січня 2001 року № 2210-III.

31. Закон України «Про природні монополії» від 20 квітня 2000 року № 1682-III.

32. Державна програма демонополізації економіки і розвитку конкуренції. Затверджена постановою Верховної Ради України від 21 грудня 1993 року № 3757-XII.

33. Розпорядження Антимонопольного комітету України від 1 квітня 1994 р. №4-р «Про порядок погодження з органами антимонопольного комітету України рішень центральних і місцевих органів державної виконавчої влади, органів місцевого та регіонального самоврядування щодо демонополізації економіки, розвитку конкуренції та антимонопольного регулювання». Зареєстровано в Міністерстві юстиції України 20 квітня 1994 р. за № 78/287. Із змінами і доповненнями, внесеними Розпорядженням Антимонопольного комітету України від 18 листопада 1994 року № 14-р.

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**

**ДВНЗ «НАЦІОНАЛЬНИЙ ГІРНИЧИЙ УНІВЕРСИТЕТ»**

**Кафедра економіки підприємства**

**КОНТРОЛЬНА РОБОТА**

з дисципліни «Конкурентоспроможність підприємства»

Виконав студент групи \_\_\_\_\_

---

(Прізвище, ініціали)

Шифр \_\_\_\_\_

Перевірив

---

(Прізвище, ініціали)

Дніпро 20\_\_

