

**УКРАЇНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ЗАЛІЗНИЧНОГО ТРАНСПОРТУ**

ЕКОНОМІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ

**Кафедра економіки та управління виробничим
і комерційним бізнесом**

**МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ ТА ЗАВДАННЯ
для контрольної роботи**

з дисципліни

«КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА»

Харків – 2025

Методичні вказівки розглянуто і рекомендовано до друку на засіданні кафедри економіки та управління виробничим і комерційним бізнесом 31 січня 2025 р., протокол № 7.

Методичні вказівки рекомендовано для видання і використання в навчальному процесі УкрДУЗТ для здобувачів вищої освіти другого (магістерського) рівня спеціальностей 051 «Економіка» і 076 «Підприємництво та торгівля» заочної форми здобуття освіти.

Укладачі:

проф. Н. Є. Каличева,
доц. І. В. Чорнобровка

Рецензент

доц. Ю. М. Уткіна

ЗМІСТ

Вступ.....	4
Загальні вимоги до контрольної роботи.....	6
Теоретична частина контрольної роботи.....	7
Практична частина контрольної роботи.....	9
Вимоги до оформлення контрольної роботи.....	18
Вимоги до захисту контрольної роботи та іспиту.....	19
Перелік запитань для захисту контрольної роботи.....	20
Перелік запитань для підготовки до іспиту.....	22
Список літератури.....	25
Додаток А.....	27

ВСТУП

Контрольна робота є однією з ефективних форм самостійної роботи здобувачів освіти. Вона підбиває підсумки опанування здобувачем теоретичного курсу й передбачає виконання індивідуальних завдань.

Контрольна робота – це індивідуальна письмова робота здобувача вищої освіти, виконувана за керівництвом одного з викладачів кафедри, є обов'язковою складовою навчального плану.

Метою викладання дисципліни «Конкурентоспроможність підприємства» є формування у здобувачів комплексу знань про принципи, категорії, методи забезпечення конкурентоспроможності та оволодіння ними на базі інтеграції теоретичних і прикладних знань і практичних умінь щодо забезпечення конкурентоспроможності конкретної фірми.

Завдання – вивчення зв'язків і відносин між суб'єктами ринку, що відображують суть і зміст процесів щодо розміщення учасників ринку в конкурентній боротьбі.

У результаті вивчення навчальної дисципліни здобувач повинен:

знати:

- основні конкурентні переваги та способи досягнення результатів конкретною фірмою залежно від ситуації, що складається;

- базові різновиди конкурентних стратегій, основні типи ринків і відповідні їм ефективні стратегії конкуренції;

- основні моделі вибору конкурентних стратегій і способи їх реалізації; загальні та специфічні чинники, що визначають рівень конкурентостійкості організації;

- сутність загальної концепції забезпечення конкурентостійкості та специфічні особливості управління конкурентоспроможністю організацій різних типів;

вміти:

- діагностувати і аналізувати становище фірми в конкурентному середовищі, діагностувати і здійснювати ревізію поточної конкурентної стратегії фірми, аналізувати конкурентні переваги, які має фірма, вивчати ті, що мають бути досягнутими в майбутньому для поліпшення її конкурентоспроможності;

- виконувати розрахунки, пов'язані з оцінюванням інтенсивності конкуренції, розрахунки одиничних групових та інтегральних показників якості продукції, конкурентоспроможності фірми і аналізувати їх; розробляти програми підвищення конкурентоспроможності для підприємств (організацій);

- визначати і конкретизувати функції забезпечення конкурентоспроможності підприємств (організацій).

Виконання контрольної роботи є однією з найважливіших форм самостійної роботи здобувачів з вивчення навчальної дисципліни «Конкурентоспроможність підприємства».

Метою виконання контрольної роботи є опанування таких компетентностей, як розвиток мислення, творчих здібностей здобувача, прищеплення йому первинних навичок самостійної роботи, пов'язаної з пошуком, систематизацією та узагальненням наявної наукової та навчально-методичної літератури; поглиблене вивчення проблемного питання, теми, розділу навчальної дисципліни; формування умінь аналізувати і критично оцінювати досліджуваний науковий і практичний матеріал; оволодіння методами сучасних наукових досліджень.

ЗАГАЛЬНІ ВИМОГИ ДО КОНТРОЛЬНОЇ РОБОТИ

Контрольна робота – це самостійне дослідження, яке дає змогу оцінити якість знань здобувача, вміння застосовувати їх на практиці.

Варіанти виконання контрольної роботи:

а) пояснювальна записка обсягом 12-20 сторінок тексту комп'ютерного друку формату А4;

б) електронний документ, розроблений за допомогою Microsoft Excel, який надсилають на поштову скриньку викладача курсу або прикріплюють на порталі дистанційного навчання, де назва файлу – прізвище здобувача освіти.

Вимоги до виконання контрольної роботи

1 Матеріал має бути викладений чітко, послідовно, логічно, доступно для розуміння, але без спрощення, втрати суто наукового викладення.

2 Обсяг теоретичної частини має становити 7-10 сторінок.

3 Після написання теоретичної частини контрольної роботи здобувач подає матеріали викладачеві для перевірки, після чого виправляє за наявності вказані недоліки.

4 Захист теоретичної частини контрольної роботи відбувається шляхом доповіді. Доповідь має бути змістовним вираженням теоретичних положень контрольної роботи з зазначенням актуальності, тривати не більше 5 хв, стисло розкривати тематику роботи, результати дослідження та висновки.

5 Оформлення контрольної роботи:

- шрифт Times New Roman;
- розмір шрифту – 14;
- міжрядковий інтервал – 1,5;
- розміри полів: верхнє, нижнє – 20 мм, ліве – 25 мм, праве – 10 мм;
- номер сторінки – внизу справа.

6 Приклад оформлення титульного аркуша подано в додатку А.

ТЕОРЕТИЧНА ЧАСТИНА КОНТРОЛЬНОЇ РОБОТИ

Теоретичну частину контрольної роботи оформляють у вигляді реферату за трьома теоретичними запитаннями.

Запитання вибирають за останньою цифрою залікової книжки або порядковим номером списку академічної групи (цифра 1 – запитання 1, 11, 21; цифра 2 – запитання 2, 12, 22; ... ; цифра 0 – запитання 10, 20, 30).

Перелік запитань

- 1 Типові стратегії в конкуренції.
- 2 Роль управління в забезпеченні конкурентоспроможності підприємства.
- 3 Шляхи формування нових конкурентних переваг фірми.
- 4 Цінова політика фірми в умовах конкуренції.
- 5 Роль конкуренції і монополії в ринковій економіці.
- 6 Конкурентні переваги фірми, їхній зв'язок із базовою стратегією конкуренції.
- 7 Роль і місце конкурентних стратегій у системі стратегічного управління організацією.
- 8 Основні складові стратегії забезпечення конкурентоспроможності підприємства.
- 9 Роль системи управління витратами в забезпеченні конкурентоспроможності продукції.
- 10 Конкурентоспроможність як категорія і властивість фірми, що функціонує в умовах ринку.
- 11 Роль стратегічного планування на підприємстві в умовах ринкової економіки.
- 12 Чинники забезпечення конкурентостійкості підприємства.

13 Конкурентні стратегії для підприємств із різним ступенем домінування на ринку.

14 Адаптація стратегії конкуренції до особливостей динаміки ринку.

15 Сутність та особливості управління конкурентоспроможністю товару.

16 Формування системи забезпечення конкурентоспроможності підприємства.

17 Організація стратегічного управління на підприємстві.

18 Сутність економічної діагностики діяльності фірми.

19 Співвідношення та зв'язок конкурентних стратегій організації з продуктовими ресурсами і функційними стратегіями.

20 Сутність конкурентного потенціалу підприємства.

21 Конкурентоспроможність підприємства в умовах формування ринкової економіки.

22 Види діяльності фірми та джерела конкурентних переваг.

23 Сутність поняття конкурентостійкості підприємства.

24 Сучасна бізнес-організація як складна виробнича, конкурентна та соціальна система.

25 Сутність конкурентного статусу фірми.

26 Головні передумови підвищення конкурентоспроможності підприємства.

27 Конкурентоспроможність продукції як удосконалення конкурентоспроможності підприємства.

28 Ефективність системи управління якістю продукції.

29 Головні аспекти забезпечення конкурентоспроможністю фірми.

30 Характеристика підходів для забезпечення конкурентоспроможності фірми.

ПРАКТИЧНА ЧАСТИНА КОНТРОЛЬНОЇ РОБОТИ

Задача 1

Ринкова структура – це сукупність великої кількості специфічних ознак і рис, що відображують особливості організації певного галузевого ринку.

Ринкова структура формується під впливом кількості виробників і споживачів у галузі, особливостей продукції, співвідношення цінової та нецінової конкуренції, ринкової влади окремого продавця та покупця тощо. Безумовно, теоретично ринкових структур може бути досить багато, але для спрощення аналізу економісти виділяють чотири базові ринкові структури, або моделі ринку: досконалу конкуренцію, монополістичну конкуренцію, олігополію та чисту монополію.

Необхідно дати характеристику кожній із ринкових структур, заповнивши таблицю 1.

Таблиця 1 – Моделі ринкових структур і їхні характерні ознаки

Ознака	Досконала конкуренція	Монополістична конкуренція	Олігополія	Монополія
Кількість фірм у галузі				
Контроль над ціною				
Умови входження до галузі				
Тип продукції				
Наявність нецінової конкуренції				

Задача 2

Конкурентний статус підприємства є певним показником позиції на ринку і формується залежно від сильних і слабких сторін його організаційно-економічного становища на галузевому та регіональному ринках товарів і послуг відносно головних конкурентів. Вибір позиції підприємства на ринку, конкурентної стратегії, типів конкурентної поведінки значною мірою залежить від співвідношення таких головних характеристик, як спеціалізація (стандартизація) бізнесу та орієнтація на глобальний (локальний) ринки.

Існують чотири головні типи політики фірми в конкурентній боротьбі (конкурентного статусу фірми): віолентна, патієнтна, комутантна та експлерентна. Кожен із цих конкурентних статусів підприємства орієнтований на різні умови економічного середовища і різні ресурси, що перебувають у розпорядженні підприємства.

Необхідно охарактеризувати зазначені типи конкурентного статусу компанії, для виявлення базових характеристик кожного заповнити таблицю 2.

Таблиця 2 – Класифікація підприємств із різними типами конкурентного статусу

Параметр	Віолент	Патієнт	Експлерент	Комутант
1	2	3	4	5
Які потреби обслуговують				
Профіль бізнесу				
Рівень конкуренції				
Новизна галузі				
Розмір підприємства				

Продовження таблиці 2

1	2	3	4	5
Стійкість підприємства				
Витрати на НДДКР				
Чинник конкурентоспроможності				

Задача 3

Підприємство пропонує такі послуги будівельного дизайну в місті:

- 1) дизайн-проекти житлових і нежитлових приміщень;
- 2) інженерне обладнання вентиляції та кондиціонування;
- 3) текстильне декорування приміщень;
- 4) виготовлення меблів на базі власного виробничого комплексу.

Упродовж аналізу зовнішнього та внутрішнього середовища підприємства були визначені його сильні та слабкі сторони, можливості та загрози зовнішнього середовища (таблиця 3).

Таблиця 3 – Сильні та слабкі сторони підприємства, можливості та прогнозування зовнішнього середовища

Сильні сторони (S)	Слабкі сторони (W)
S 1 Різноманітність і якість продукції та послуг	W 1 Проблеми зі збутом послуг і продукції
S 2 Зовнішні інвестиції	W 2 Недостатність виробничих площ
S 3 Професіоналізм і досвід кадрів	W 3 Слабка рекламна політика
Можливості (O)	Загрози (T)
O 1 Кількість населення міста дає змогу знайти свою нішу (сектор) ринку	T 1 Велика конкуренція
O 2 Диференціація продукції та послуг за рівнем добробуту	T 2 Не вся продукція відповідає вимогам споживачів

На основі вихідних даних заповнити таблиці 4 та 5 і визначити стратегічні можливості підприємства.

Кількісне оцінювання можливих пар співвідношення сильних і слабких сторін підприємства, його можливостей і загроз необхідно здійснити за п'ятибальною шкалою.

Таблиця 4 – Кількісне оцінювання вихідних даних SWOT-аналізу підприємства

		Сильні сторони			Слабкі сторони		
		S1	S2	S3	W1	W2	W3
Загрози	T1						
	T2						
Можливості	O1						
	O2						

Визначення загальних оцінок за сильними та слабкими сторонами підприємства, його можливості та загрози зовнішнього середовища відображено в таблиці 5.

Таблиця 5 – Суми оцінок даних SWOT-аналізу підприємства

Сильні сторони	Сума	Слабкі сторони	Сума
S1		W1	
S2		W2	
S3		W3	
Можливості		Загрози	
O1		T1	
O2		T2	

Задача 4

Побудувати конкурентну карту ринку рекламних послуг в окремому місті за звітний період, використовуючи вихідні дані таблиці 6.

Таблиця 6 – Обсяги реалізації рекламних послуг (варіант вибирати за останньою цифрою залікової книжки або останнім порядковим номером списку академічної групи)

Номер підприємства	Обсяги реалізації послуг, тис. грн	
	базовий період	звітний період
1	2	3
Варіант 1		
1	512 155	367 080
2	311 144	307 648
3	350 200	310 270
4	224 618	225 490
5	142 460	150 050
6	70 050	75 000
7	80 050	95 040
8	65 000	67 055
9	45 000	52 000
10	52 007	45 060
Варіант 2		
1	478 124	389 612
2	547 893	412 569
3	89 021	90 148
4	113 578	90 872
5	512 155	367 080
6	311 144	307 648
7	350 200	310 270

Продовження таблиці 6

1	2	3
8	70 050	75 000
9	80 050	95 040
10	65 000	67 055
Варіант 3		
1	147 896	112 781
2	257 658	208 005
3	487 569	547 201
4	70 050	75 000
5	80 050	95 040
6	65 000	67 055
7	447 887	645 221
8	124 789	110 204
9	98 745	208 104
10	89 754	73 254
Варіант 4		
1	89 021	90 148
2	113 578	90 872
3	512 155	367 080
4	447 887	645 221
5	124 789	110 204
6	98 745	208 104
7	89 754	73 254
8	479 521	504 203
9	218 365	249 000
10	359 578	302 897
Варіант 5		
1	457 659	509 502
2	89 754	73 254

Продовження таблиці 6

1	2	3
3	479 521	504 203
4	218 365	249 000
5	359 578	302 897
6	113 578	90 872
7	512 155	367 080
8	447 887	645 221
9	124 789	110 204
10	147 008	189 004
Варіант 6		
1	142 460	150 050
2	70 050	75 000
3	80 050	95 040
4	459 403	406 895
5	218 365	249 000
6	359 578	302 897
7	113 578	90 872
8	512 155	367 080
9	447 887	645 221
10	331 102	298 000
Варіант 7		
1	332 000	258 001
2	255 900	305 004
3	347 559	332 549
4	218 365	249 000
5	359 578	302 897
6	113 578	90 872
7	512 155	367 080
8	447 887	645 221

Продовження таблиці 6

1	2	3
9	331 102	298 000
10	147 895	167 003
Варіант 8		
1	547 893	412 569
2	89 021	90 148
3	347 559	332 549
4	218 365	249 000
5	359 578	302 897
6	146 201	169 305
7	359 578	302 897
8	113 578	90 872
9	512 155	367 080
10	178 906	135 006
Варіант 9		
1	459 403	406 895
2	218 365	249 000
3	359 578	302 897
4	113 578	90 872
5	512 155	367 080
6	447 887	645 221
7	347 559	332 549
8	218 365	249 000
9	359 578	302 897
10	125 658	107 569
Варіант 10		
1	359 568	402 006
2	347 559	332 549
3	218 365	249 000

Продовження таблиці 6

1	2	3
4	359 578	302 897
5	127 896	103 458
6	80 050	95 040
7	459 403	406 895
8	218 365	249 000
9	359 578	302 897
10	408 002	501 269

Методичні рекомендації для виконання задачі 4

Мінімальна та максимальна ринкові частки формують нижню та верхню межі ринкових часток підприємств.

Середньоарифметичну ринкову частку всіх фірм розраховують за формулою

$$P_{\text{сер}} = 1 / n, \quad (1)$$

де n – кількість підприємств на ринку.

Середню ринкову частку для підприємств, частка яких нижча за середню ринкову (слабку), розраховують за формулою

$$P_{\text{сер.сл}} = \sum_{i=1}^n P_{i\text{сл}} / n_{\text{сл}}, \quad (2)$$

де $P_{i\text{сл}}$ – ринкова частка підприємств, частка яких нижча за середню ринкову;

$n_{\text{сл}}$ – кількість підприємств, частка яких нижча за середню ринкову.

Середню ринкову частку для підприємств, частка яких вища за середню ринкову (сильну), розраховують за формулою

$$P_{\text{сер.сил}} = \frac{\sum_{i=1}^n P_{i\text{сил}}}{n_{\text{сил}}}, \quad (3)$$

де $P_{i\text{сил}}$ – ринкова частка підприємств, частка яких вища за середню ринкову;

$n_{\text{сил}}$ – кількість підприємств, частка яких вища за середню ринкову.

За отриманими даними всі підприємства об'єднують у чотири групи залежно від ринкових часток:

- 1) група лідерів ринку;
- 2) група підприємств із сильною конкурентною позицією;
- 3) група фірм із слабкою конкурентною позицією;
- 4) група аутсайдерів ринку.

Аналогічно формують групи фірм залежно від темпів зростання ринкової частки:

- 1) група фірм зі швидким покращенням конкурентної позиції;
- 2) група фірм із покращенням конкурентної позиції;
- 3) група фірм із погіршенням конкурентної позиції;
- 4) група фірм зі швидким погіршенням конкурентної позиції.

ВИМОГИ ДО ОФОРМЛЕННЯ КОНТРОЛЬНОЇ РОБОТИ

Контрольну роботу оформляють за такими вимогами:

- обсяг контрольної роботи (реферату) – 12-20 сторінок комп'ютерного набору формату А4, міжрядковий інтервал 1,5;
- шрифт Times New Roman, розмір (кегель) – 14, абзац – 1,25 мм;
- поля: верхнє, нижнє – 20 мм, лівє – 25 мм, правє – 10 мм;

– рисунки і таблиці набирають шрифтом Times New Roman 12 з одинарним міжрядковим інтервалом;

– перелік літератури має містити відомості з доступних джерел і бути оформлений за чинним стандартом. Посилання в тексті на літературу подають у прямих дужках, наприклад [5]. Кількість літературних джерел – не менше п'яти.

Контрольна робота має складатися з логічно пов'язаних розділів за схемою:

- 1) титульний аркуш (зразок оформлення наведено в додатку А);
- 2) зміст;
- 3) теоретична частина;
- 4) практична частина;
- 5) список використаних джерел.

ВИМОГИ ДО ЗАХИСТУ КОНТРОЛЬНОЇ РОБОТИ ТА ІСПИТУ

Оформлену відповідно до установлених вимог контрольну роботу подають керівнику. Керівник перевіряє відповідність завдання змісту контрольної роботи, якість її розроблення, правильність оформлення.

Зауваження керівник робить на сторінках тексту і/або в системі Moodle.

Недоліки, визначені в роботі, слід виправити до захисту. Роботу допускають до захисту, якщо на ній є позначка керівника «до захисту» чи «до захисту після доопрацювання».

Захист контрольної роботи відбувається у встановлені керівником терміни у формі відповідей здобувача за темою роботи на запитання викладача. Відповіді мають бути обґрунтованими та чіткими.

Результати захисту визначає керівник. Захищена робота залишається на кафедрі для зберігання.

Для складання іспиту з дисципліни необхідно відповісти на запитання або тестові питання за однією з тем і набрати не нижче 60 балів (задовільно).

ПЕРЕЛІК ЗАПИТАНЬ ДЛЯ ЗАХИСТУ КОНТРОЛЬНОЇ РОБОТИ

- 1 Що таке конкурентоспроможність підприємства?
- 2 Що таке конкуренція?
- 3 Які існують типи конкуренції?
- 4 Назвіть позитивні наслідки конкуренції.
- 5 Назвіть негативні наслідки конкуренції.
- 6 Дайте визначення монополії.
- 7 Охарактеризуйте соціально-ринкову економіку.
- 8 Дайте характеристику «ринку продавця».
- 9 Охарактеризуйте «ринок покупця».
- 10 Назвіть конкурентні переваги крупних підприємств.
- 11 Назвіть конкурентні переваги малих фірм.
- 12 Охарактеризуйте еволюцію поглядів на роль і засоби забезпечення конкурентоспроможності підприємств.
- 13 Як забезпечують конкурентоспроможність підприємства?
- 14 Якими елементами визначена конкурентостійкість підприємства?
- 15 Охарактеризуйте типи ринків і відповідні їм види конкуренції.
- 16 Дайте визначення конкурентному середовищу.
- 17 Розкрийте сутність моделі «п'ять сил» М. Портера.
- 18 Яку роль у забезпеченні конкурентного середовища підприємства має стратегія і тактика фірми?
- 19 Як впливає уряд на формування конкурентного середовища?

20 Які чинники впливають на силу конкурентної боротьби підприємства?

21 Які ви знаєте методи оцінювання інтенсивності конкуренції?

22 З якою метою фірма аналізує діяльність конкурентів?

23 Назвіть сутність і ознаки конкурентної боротьби.

24 Охарактеризуйте джерела конкурентних переваг.

25 Що таке конкурентні ходи? Назвіть види конкурентних ходів.

26 Перелічіть загальні стратегії конкуренції фірми, за класифікацією М. Портера.

27 Яку роль має конкурентна стратегія в системі стратегічного управління організацією?

28 Що таке базові стратегії конкуренції?

29 Розкрийте сутність стратегій конкуренції, за П. Друкером.

30 Назвіть основні складові стратегії забезпечення конкурентоспроможності підприємства.

31 У чому полягає призначення SWOT-аналізу фірми?

32 Що таке конкурентоспроможність продукції?

33 Які чинники визначають конкурентоспроможність товару на ринку?

34 У чому полягає управління конкурентоспроможністю товару?

35 У чому полягає система управління якістю товарів?

36 Назвіть основні напрями та засоби підвищення якості продукції.

37 Які чинники визначають конкурентоспроможність підприємства?

38 Що таке конкурентний потенціал підприємства?

39 Назвіть основні управлінські функції підприємства.

40 Що означає соціальна ефективність підприємства?

ПЕРЕЛІК ЗАПИТАНЬ ДЛЯ ПІДГОТОВКИ ДО ІСПИТУ

1 Системний і процесний підходи для управління конкурентоспроможністю підприємства.

2 Еволюція поглядів на роль і засоби забезпечення конкурентоспроможності.

3 Багатозначність трактувань поняття «конкурентоспроможність».

4 Ідентифікація конкурентоспроможності підприємства як внутрішньої і зовнішньої характеристик.

5 Параметри, показники, вимірники конкурентоспроможності.

6 Характеристика типів ринків і видів конкуренції.

7 Система і процес забезпечення конкурентоспроможності: загальна концепція та специфічні риси щодо фірм малого, середнього і великого бізнесу.

8 Характеристика конкурентного середовища фірми, його склад і структура.

9 Модель «п'ять сил» М. Портера, її складові як основні чинники конкурентного середовища.

10 Законодавче забезпечення регулювання конкурентних відносин в Україні.

11 Чинники, що впливають на силу конкурентної боротьби підприємства.

12 Оцінювання інтенсивності конкуренції фірми за розподілом ринкових часток між конкурентами.

13 Оцінювання інтенсивності конкуренції фірми за темпами зростання ринку.

14 Оцінювання інтенсивності конкуренції фірми за рентабельністю ринку.

15 Сутність і ознаки конкурентної боротьби.

- 16 Види та джерела конкурентних переваг.
- 17 Продуктивність, якість, гнучкість та інновації як специфічні стадії еволюції конкурентних переваг.
- 18 Зв'язок базової стратегії конкуренції і ключових конкурентних переваг.
- 19 Поняття і види конкурентних ходів.
- 20 Конкурентний статус фірми: концепція І. Ансоффа та її розвиток.
- 21 Загальні стратегії конкуренції фірми, за класифікацією М. Портера.
- 22 Стратегія ринкової конкуренції, за класифікацією Ф. Котлера.
- 23 Варіанти стратегії конкуренції, за П. Друкером.
- 24 Основні складові стратегії забезпечення конкурентоспроможності підприємства.
- 25 SWOT-аналіз і його застосування в діагностуванні конкурентоспроможності фірми.
- 26 Ситуаційне проектування стратегії конкуренції для підприємств із різним ступенем домінування на ринку.
- 27 Конкурентоспроможність продукції як уособлення конкурентоспроможності підприємства.
- 28 Зовнішні та внутрішні чинники, що визначають конкурентоспроможність товару на ринку.
- 29 Система управління виробничими витратами.
- 30 Система управління якістю товарів.
- 31 Методики кількісного оцінювання конкурентоспроможності продукції.
- 32 Чинники, що визначають конкурентоспроможність підприємства.
- 33 Аналіз показників конкурентоспроможності підприємства.
- 34 Головні аспекти забезпечення конкурентоспроможності підприємства: виробничий, маркетинговий, фінансовий, інноваційний, організаційний, управлінський.

35 Формування системи забезпечення конкурентоспроможності підприємства.

36 Характеристика основних управлінських функцій.

37 Зовнішні і внутрішні передумови розроблення програм підвищення конкурентоспроможності підприємств.

38 Основні етапи розроблення програми підвищення конкурентоспроможності фірми.

39 Управління процесом розроблення та реалізації програми підвищення конкурентоспроможності фірми.

40 Сучасна бізнес-організація як складна виробничо-комерційна та соціальна система.

41 Типологія організацій і відповідні підходи для забезпечення конкурентоспроможності.

42 Інтегральний показник конкурентоспроможності продукції: сутність і порядок розрахунку.

43 Адаптація стратегії конкуренції до особливостей динаміки ринку.

44 Сутність і принципи забезпечення конкурентостійкості підприємства.

45 Оцінювання конкурентоспроможності країни.

46 Конкурентоспроможність продукції і підприємства: спільне і відмінне.

47 Матричні методи оцінювання конкурентоспроможності.

48 Роль конкуренції і монополії в умовах соціально орієнтованої ринкової економіки.

49 Конкурентоспроможність і управління якістю у виробництві.

50 Стратегічне планування на підприємстві.

51 Державна політика у сфері регулювання конкуренції.

52 Особливості управління конкурентоспроможністю організацій різних типів.

- 53 Економічна діагностика діяльності фірми.
- 54 Сутність конкурентного потенціалу підприємства.
- 55 Характеристика детермінантів конкурентних переваг.
- 56 Концепція управління якістю продукції.
- 57 Взаємозв'язок конкуренції і науково-технічного прогресу.
- 58 Структура аналізу конкурентоспроможності галузі.
- 59 Сутність і призначення сертифікації і стандартизації продукції.
- 60 Концепція управління сучасною організацією.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

- 1 Дикань В. Л., Боровик Ю. Т., Полякова О. М., Уткіна Ю. М. Забезпечення конкурентоспроможності підприємств: навч. посіб. Харків: УкрДАЗТ, 2011. 387 с.
- 2 Портер М. Е. Стратегія конкуренції / пер. з англ. А. Олійник, Р. Сільський. Київ: Основи, 2009. 390 с.
- 3 Porter M. E. How Competitive Forces Shape Strategy. *Harvard business review*. 1979. Vol. 57. No. 2. P. 137-145. URL: https://asiakas.kotisivukone.com/files/laatuoptimi2013.kotisivukone.com/tiedostot/porter_5competitive_forces.pdf.
- 4 Smith A. The Wealth of Nations. Glazgo: R.X. Campbell, A.S. Skinner, 1976. 1002 p.
- 5 Schumpeter J. A. Theoretical Problems of Economic Growth. 1947. URL: <https://www.cambridge.org/core/journals/journal-of-economichistory/article/theoretical-problems-of-economic-growth/2567028DDB45AB8D90EA2753F5D78ABA>.
- 6 Каличева Н. Є. Конкуренція: сучасне розуміння, сутність та вплив на ринкову економіку. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2024. № 85. С. 30-36.

7 Шершньова З. Є., Оборська С. В. Стратегічне управління: навч. посіб. Київ: КНЕУ, 1999. 384 с.

8 Каличева Н. Є., Островерх Г. Є., Орехов М. В. Формування конкурентних переваг українських підприємств в умовах економічної кризи спричиненої війсьним часом. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2022. № 78-79. С. 77-86. URL: <https://kart.edu.ua/wp-content/uploads/2022/05/80-okonchatelnyj.pdf>.

9 Каличева Н. Є. Забезпечення конкурентоспроможності підприємств залізничного транспорту (методологічні аспекти): монографія. Харків: УкрДУЗТ, 2019. 391 с.

10 Каличева Н. Є., Зайцева К. О., Маркелова К. В. Забезпечення конкурентоспроможності підприємств залізничного транспорту: особливості та рушійні сили. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. 2020 № 4(27). С. 52-57. URL: <http://www.easterneurope-ebm.in.ua/index.php/vipusk-27-2020>.

11 Петрович Й., Катаєв А. Визначення конкурентоспроможності товарів виробничого призначення в системі маркетингу. *Економіка України*. 1997. № 10. С. 30 – 37.

12 Каличева Н. Є., Кондратюк М. В., Григоров А. В. Роль клієнтоорієнтованості у забезпеченні конкурентоспроможності підприємства. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2022. № 80. С. 33-39.

13 Каличева Н. Є., Масан В. В. Теоретичні аспекти підвищення конкурентоспроможності підприємств залізничного транспорту в умовах цифровізації. *Науковий вісник УжНУ. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство*. 2021. Вип. 35. С. 38-41.

14 Омеляненко Т. В., Барабась Д. О., Вакуленко А. В. Управління конкурентоспроможністю підприємства : навч.-метод. посіб. для самост. вивч. дисц. Вид. 2-ге, без змін. Київ : КНЕУ, 2009. 272 с.

ДОДАТОК А

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ ТА НАУКИ УКРАЇНИ
УКРАЇНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЗАЛІЗНИЧНОГО
ТРАНСПОРТУ

Кафедра «Економіка та управління виробничим і комерційним бізнесом»

КОНТРОЛЬНА РОБОТА

з дисципліни «КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ
ПІДПРИЄМСТВА»

Виконав(ла) студент(ка) __ курсу _____ групи
спеціальності _____ «_____»

Прізвище, ім'я, по батькові

Керівник:

Національна шкала: _____

Кількість балів: _____

Оцінка ECTS _____

Члени комісії _____

Харків – 2025

МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ ТА ЗАВДАННЯ
для контрольної роботи
з дисципліни
«КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА»

Відповідальний за випуск Каличева Н. Є.

Редактор Ібрагімова Н. В.

Підписано до друку 03.02.2025 р.
Умовн. друк. арк. 1,75. Тираж . Замовлення № .
Видавець та виготовлювач Український державний університет залізничного
транспорту,
61050, Харків-50, майдан Фейєрбаха,7.
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи ДК № 6100 від 21.03.2018