

Міністерство освіти і науки України

Одеська національна академія зв'язку ім. О.С. Попова

Кафедра управління проектами та системного аналізу



**Методичні вказівки
до самостійного вивчення дисциплін**

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА.

**УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ
ПІДПРИЄМСТВА**

для студентів усіх форм навчання за спеціальностями
051 «Економіка» та 073 «Менеджмент»

Одеса – 2017

Рецензент: д.е.н., проф., проф. кафедри економіки підприємства та корпоративного управління Орлов В.Н.

Конкурентоспроможність підприємства. Управління конкурентоспроможністю підприємства: методичні вказівки до самостійного вивчення дисциплін / Гранатуров В.М., Кораблінова І.А. – Одеса: ОНАЗ ім.О.С. Попова, 2017. – 38 с.

Методичні вказівки до самостійного вивчення дисциплін «Конкурентоспроможність підприємства» та «Управління конкурентоспроможністю підприємства» для студентів усіх форм навчання за спеціальностями 051 «Економіка», 073 «Менеджмент» орієнтує щодо мети, структури та особливостей вивчення навчальних матеріалів. Вони містять контрольні питання для самостійної роботи, плани практичних занять, які супроводжуються переліком рекомендованої літератури, а також завдання для виконання комплексної роботи.

Надані методичні рекомендації по роботі з сучасною літературою в області конкуренції та конкурентоспроможності підприємства. Дотримуючись наведених рекомендацій, студенти самостійно та при консультуванні викладачем сформулюють необхідні компетенції по роботі з професійною інформацією, зокрема у сфері інформаційних та комунікаційних технологій.

СХВАЛЕНО

на засіданні кафедри УПСА
ОНАЗ ім.О.С. Попова
Протокол № 10 від 7.02.2017 р.

ЗАТВЕРДЖЕНО

методичною радою
ОНАЗ ім.О.С. Попова
і рекомендовано до друку.
Протокол № 5 від 28.02.2017 р.

ЗМІСТ

Передмова	4
1. Програма навчальних дисциплін	4
2. Контрольні питання для самостійної роботи студентів	6
3. Плани практичних занять для студентів очної форми навчання.....	9
4. Планы практических занятий (для студентов зарубежных стран, обучающихся в ОНАС им. А.С. Попова)	18
5. Плани практичних занять для студентів заочної форми навчання	25
6. Завдання для виконання комплексної роботи студентами усіх форм навчання	27
7. Задание для выполнения комплексной работы студентами зарубежных стран, обучающихся в ОНАС им. А.С. Попова	30
8. Рекомендації по роботі з сучасною літературою в області конкуренції та конкурентоспроможності підприємства.....	34

ПЕРЕДМОВА

Метою вивчення дисциплін **«Конкурентоспроможність підприємства»**, **«Управління конкурентоспроможністю підприємства»** є формування у майбутніх фахівців компетентності щодо об'єктивних закономірностей, механізму та особливостей сучасної конкуренції та конкурентоспроможності підприємства, а також набуття ними навиків і вмінь дослідження стану конкуренції, аналізу та оцінювання рівня конкурентоспроможності підприємства, розроблення та практичного застосування стратегій підтримування та нарощування його конкурентних переваг.

В курсі розглядаються питання, необхідні для прийняття управлінських рішень щодо встановлення, підтримки та підвищення конкурентоспроможності підприємства: конкуренція, її сутність, ознаки та види; сутність конкурентних переваг, методи та технології їх формування; конкурентоспроможність суб'єкта конкуренції та її основні ознаки; фактори та критерії конкурентоспроможності підприємства; методи оцінювання рівня конкурентоспроможності підприємства; сутність поняття «конкурентна стратегія», принципи її формування та взаємозв'язок з іншими стратегіями організації; система та процес управління конкурентоспроможністю підприємства; розроблення та забезпечення реалізації програм підвищення конкурентоспроможності підприємства.

ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНИХ ДИСЦИПЛІН

Тема 1. Економіка як система конкуруючих компаній. Економічна сутність, функції та види конкуренції. Конкурентні переваги підприємства. Конкурентне середовище підприємства. Інтенсивність конкуренції на ринку та методи її вимірювання. Стан конкуренції на ринку телекомунікаційних послуг України.

Тема 2. Конкурентоспроможність як категорія і як властивість підприємства, що функціонує в умовах ринкової економіки. Ознаки конкурентоспроможності ринкового суб'єкта. Економічний зміст поняття «конкурентоспроможність» незалежно від рівня його прояву. Визначення поняття «конкурентоспроможність підприємства» та його основні ознаки. Фактори та критерії формування конкурентоспроможності підприємства.

Тема 3. Теоретико-методологічні засади управління конкурентоспроможністю підприємства. Сутність, цілі та завдання управління конкурентоспроможністю підприємства. Методологічні основи управління конкурентоспроможністю підприємства. Системно-процесний підхід до управління конкурентоспроможністю підприємства. Основні етапи процесу управління конкурентоспроможністю підприємства, їх зміст і характеристика.

Тема 4. Діагностика стану конкурентоспроможності підприємства.

Сутність, завдання та етапи процесу діагностики конкурентоспроможності підприємства. Методи оцінювання рівня конкурентоспроможності підприємства, засновані на теорії якості товару або послуги. Матричні методи оцінювання рівня конкурентоспроможності підприємства. Інтегральні методи оцінювання рівня конкурентоспроможності підприємства.

Тема 5. Розробка та реалізація стратегії і програм забезпечення конкурентоспроможності підприємства. Роль стратегічного маркетингу в забезпеченні конкурентоспроможності підприємства. Система конкурентних стратегій підприємства, сутність, види та механізми формування. Розробка та реалізація стратегій забезпечення конкурентоспроможності підприємства. Програми забезпечення конкурентоспроможності підприємства. Сучасні тенденції створення конкурентних стратегій підприємств зв'язку.

Рекомендована література

Основна

1. Гранатуров В.М. Управління конкурентоспроможністю оператора телекомунікацій: навч. посіб. / Гранатуров В.М., Литовченко І.В., Кораблінова І.А. – К.: Кафедра, 2013. – 256 с.
2. Гранатуров В.М. Управление конкурентоспособностью предприятий: учеб. пособ. / В.М. Гранатуров, И.А. Кораблинова. – Одеса: ОНАЗ ім. О.С. Попова, 2016. – 152 с.
3. Гранатуров В.М. Аналіз конкурентоспроможності телекомунікаційних послуг: монографія /В.М. Гранатуров, С.П. Воробієнко. – К.: Освіта України, 2009. – 254 с.
4. Гранатуров В.М. Конкурентоспроможність телекомунікаційних компаній: проблеми теорії та практики управління: монографія /В.М. Гранатуров, І.А. Кораблінова. – К.: Кафедра, 2012. – 320 с.
5. Воробієнко С.П. Економіка як система конкуруючих компаній: метод. вказ. по виконанню лабораторно-практичної роботи з курсу «Управління конкурентоспроможністю підприємств» / Воробієнко С.П. – Одеса: ОНАЗ ім. О.С. Попова, 2011. – 25 с.
6. Гранатуров В.М. Методичні вказівки по виконанню лабораторно-практичної роботи з навчальної дисципліни «Управління конкурентоспроможністю підприємств» за темою: «Інтегральні методи оцінювання рівня конкурентоспроможності підприємства» / В.М. Гранатуров, І.В. Литовченко. – Одеса: ОНАЗ ім. О.С. Попова, 2014. – 20 с.
7. Литовченко І.В. Методичні вказівки по виконанню лабораторно-практичної роботи з навчальної дисципліни «Управління конкурентоспроможністю підприємств» за темою: «Методи оцінювання рівня конкурентоспроможності підприємства, засновані на теорії якості товару або послуги» / Литовченко І.В. – Одеса: ОНАЗ ім. О.С. Попова, 2014. – 20 с.

8. Гранатуров В.М. Методичні вказівки по виконанню лабораторно-практичної роботи з навчальної дисципліни «Управління конкурентоспроможністю підприємств» за темою: «Розробка та реалізація стратегій забезпечення конкурентоспроможності підприємства» / В.М. Гранатуров, І.В. Литовченко. – Одеса: ОНАЗ ім. О.С. Попова, 2015. – 28 с.

Додаткова

1. Управління конкурентоспроможністю підприємства: навч. посіб. / [С.М. Клименко, Т.В. Омеляненко, Д.О. Барабась та ін.]. – К.: КНЕУ, 2008. – 520 с.

2. Хрущ Н.А. Конкурентні стратегії: процеси створення та реалізації: монографія /Н.А. Хрущ, М.В. Желіховська / за наук. ред. д.е.н., проф. Н.А. Хрущ. – К.: Освіта України, 2010. – 316 с.

3. Булах І.В. Оцінка конкурентоспроможності підприємств сфери телекомунікацій / І.В. Булах, Т.Б. Надтока. – Донецьк: ДВНЗ ДонНТУ, 2010. – 244 с.

4. Павлов В.І. Регулювання конкурентних відносин на ринку телекомунікацій: монографія / В.І. Павлов, Л.В. Шостак. – Рівне: НУВГП, 2009. – 160 с.

5. Воронкова А.Э. Стратегическое управление конкурентоспособным потенциалом предприятия: диагностика и организация: монография / Воронкова А.Э. – Луганск: Изд-во Восточно-украинского национального университета, 2000. – 315 с.

6. Кныш М.И. Конкурентные стратегии: учеб. пособ. / Кныш М.И. – СПб., 2000. – 248 с.

7. Кобиляцький Л.С. Управління конкурентоспроможністю: навч. посіб. / Кобиляцький Л.С. – К.: Зовнішня торгівля, 2003. – 304 с.

8. Портер М. Конкуренция / Портер М.; пер. с англ. – М.: Издательский дом «Вильямс», 1993. – 495 с.

9. Портер М. Конкурентная стратегия: методика анализа отраслей и конкурентов / Портер М.; пер. с англ. – [2-е изд.]. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2006. – 454 с.

2 КОНТРОЛЬНІ ПИТАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ СТУДЕНТІВ

1. Дайте визначення понять «ринок» та «ринкова економіка».
2. Наведіть існуючі підходи до визначення поняття «конкуренція», що є об'єктом та суб'єктом конкуренції.
3. Конкурентні переваги, еволюція їх сутності та механізму формування.
4. На які види поділяються ринки за ознакою рівня конкуренції? Назвіть характерні риси, притаманні кожному із цих видів ринку.
5. Назвіть позитивні та негативні наслідки конкуренції.

6. В чому полягає синтез монополії та конкуренції, який притаманний сучасному етапу розвитку економіки?

7. Дайте характеристику поняття «ринкова влада» та назвіть ознаки ринкової влади.

8. Сутність сегментації ринку та критерії, за якими вона здійснюється.

9. Сутність фундаментальної та реалізованої ринкової ніші підприємства.

10. Дайте характеристику привабливості ринку. Назвіть основні фактори (критерії), які визначають привабливість ринку.

11. Назвіть основні етапи процесу аналізу та вибору ринку.

12. Аналіз конкурентних сил, які впливають на ринок (модель конкурентних сил Портера).

13. Дайте визначення та характеристику поняття «інтенсивність конкуренції».

14. Схарактеризуйте показники, які використовуються для оцінки рівня (інтенсивності) конкуренції на ринку: індекс концентрації, індекс Харфіндела-Хіршмана, коефіцієнт варіації ринкових часток конкурентів.

15. Дайте визначення понять «конкурентоспроможність» та «рівень конкурентоспроможності» взагалі (незалежно від об'єкта, до якого вони застосовуються).

16. Дайте визначення понять «конкурентоспроможність продукції» та «рівень конкурентоспроможності продукції».

17. Дайте визначення понять «конкурентоспроможність послуги» та «рівень конкурентоспроможності послуги».

18. Дайте визначення понять «конкурентоспроможність» та «рівень конкурентоспроможності підприємства (оператора зв'язку)».

19. Дайте характеристику поняття «потенціал підприємства».

20. Які складові потенціалу оператора зв'язку визначають рівень його конкурентоспроможності?

21. Дайте характеристику виробничого потенціалу оператора зв'язку.

22. Дайте характеристику фінансового потенціалу оператора зв'язку.

23. Дайте характеристику комунікаційного потенціалу оператора зв'язку.

24. Дайте характеристику інноваційного потенціалу оператора зв'язку.

25. Дайте характеристику маркетингового потенціалу оператора зв'язку.

26. Дайте характеристику управлінського потенціалу оператора зв'язку.

27. Дайте характеристику трудового (кадрового) потенціалу оператора зв'язку.

28. Дайте характеристику партнерського потенціалу оператора зв'язку.

29. Дайте визначення понять «критерій (показник) конкурентоспроможності» та «фактор конкурентоспроможності».

30. Назвіть склад зовнішніх факторів конкурентоспроможності оператора зв'язку опосередкованого та безпосереднього впливу.

31. Назвіть склад внутрішніх факторів конкурентоспроможності оператора зв'язку.

32. Дайте визначення поняття «управління конкурентоспроможністю підприємства».

33. Об'єкт і суб'єкт у системі управління конкурентоспроможністю підприємства.
34. Основні принципи формування конкурентоспроможності підприємства.
35. Основні етапи процесу управління конкурентоспроможністю підприємства.
36. Суть та зміст аналізу конкурентоспроможності у системі управління конкурентоспроможністю.
37. Якісний аналіз конкурентоспроможності підприємства.
38. Зміст та цілі моніторингу рівня конкурентоспроможності підприємства.
39. Схарактеризуйте сутність, галузь застосування та недоліки для оцінки рівня конкурентоспроможності підприємства матриці Бостонської консалтингової групи (модель BCG).
40. Схарактеризуйте сутність, галузь застосування та недоліки для оцінки рівня конкурентоспроможності підприємства матриці корпорації General Electric і консалтингової компанії McKinsey & Co (модель GE/ McKinsey).
41. Схарактеризуйте сутність, галузь застосування та недоліки для оцінки рівня конкурентоспроможності підприємства матриці спрямованої політики (DPM) – модель Shell/DPM.
42. Назвіть вираз, з якого визначається інтегральний показник рівня конкурентоспроможності товару або послуги.
43. Назвіть основні положення визначення та врахування впливу якості на рівень конкурентоспроможності послуг зв'язку.
44. Назвіть основні положення визначення та врахування впливу додаткових послуг на рівень конкурентоспроможності послуг зв'язку.
45. Назвіть основні положення визначення та врахування впливу споживчої новизни на рівень конкурентоспроможності послуг зв'язку.
46. Назвіть основні положення визначення та врахування впливу іміджу послуг та оператора на рівень конкурентоспроможності послуг зв'язку.
47. Назвіть вираз, з якого визначається інтегральний показник рівня конкурентоспроможності підприємства зв'язку, в разі урахування різноманітності продукції та ринків, на яких вона реалізується.
48. Назвіть вираз, з якого визначається інтегральний показник рівня конкурентоспроможності підприємства зв'язку.
49. Назвіть основні положення визначення інтегрального показника рівня конкурентоспроможності підприємства, що використовує елементи конкурентоспроможного потенціалу підприємства.
50. Сутність та зміст конкурентної стратегії.
51. Назвіть систему конкурентних стратегій і конкурентної поведінки підприємства.
52. Дайте характеристику стратегії абсолютного лідерства у витратах.
53. Дайте характеристику стратегії фокусування.
54. Дайте характеристику стратегії диверсифікації.
55. Дайте характеристику стратегії забезпечення конкурентоспроможності підприємства.

56. Схарактеризуйте окремі складові стратегії забезпечення конкурентоспроможності підприємства.
57. Назвіть склад конкурентних стратегій, поділ яких здійснюється за ієрархією у системі управління.
58. Дайте характеристику корпоративної стратегії.
59. Дайте характеристику ділової стратегії.
60. Дайте характеристику функціональної стратегії.
61. Дайте характеристику стратегій конкурентної поведінки.
62. Дайте характеристику основних факторів, які впливають на розробку та вибір конкретної конкурентної стратегії підприємства.
63. Назвіть основні принципи, яких слід дотримуватися при формуванні стратегій конкурентоспроможності підприємства.
64. Назвіть зміст окремих тактик конкурентної поведінки підприємства на ринку.
65. Концепція розроблення та забезпечення реалізації програми підвищення конкурентоспроможності підприємства.
66. Етапи розроблення програми підвищення конкурентоспроможності підприємства.
67. Назвіть концептуальні засади регулювання конкурентних відносин у телекомунікаційній сфері.

3 ПЛАНИ ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ для студентів очної форми навчання

План практичного заняття № 1 за темою: *«Економічна сутність, функції та види конкуренції»*

Контрольні питання

1. Дайте визначення понять «ринок» та «ринкова економіка».
2. Назвіть існуючі підходи до визначення поняття «конкуренція», що є об'єктом та суб'єктом конкуренції.
3. Назвіть позитивні та негативні наслідки конкуренції.
4. Дайте характеристику конкурентним перевагам, еволюції їх сутності та механізму формування.
5. На які види поділяються ринки за ознакою рівня конкуренції? Назвіть характерні риси, притаманні кожному із цих видів ринку.
6. В чому проявляється синтез монополії та конкуренції, який притаманний сучасному етапу розвитку економіки?
7. Дайте характеристику поняття «ринкова влада» та назвіть ознаки ринкової влади.
8. Сутність сегментації ринку та критерії за якими вона здійснюється.
9. Сутність фундаментальної та реалізованої ринкової ніші підприємства.

10. Дайте характеристику привабливості ринку. Назвіть основні фактори (критерії), які визначають привабливість ринку.

11. Назвіть основні етапи процесу аналізу та вибору ринку.

Рекомендована література

1. Гранатуров В.М. Управління конкурентоспроможністю оператора телекомунікацій: навч. посіб. / Гранатуров В.М., Литовченко І.В., Кораблінова І.А.; за заг. ред. проф. Гранатурова. – К.: Кафедра, 2013. – 256 с.

2. Кобиляцький Л.С. Управління конкурентоспроможністю: навч. посіб. / Кобиляцький Л.С. – К.: Зовнішня торгівля, 2003. – 304 с.

3. Управління конкурентоспроможністю підприємства: навч. посіб. / [С.М. Клименко, Т.В. Омеляненко, Д.О. Барабань та ін.]. – К.: КНЕУ, 2008. – 520 с.

План практичного заняття № 2

за темою: *«Конкурентне середовище підприємства та стан конкуренції на ринку телекомунікаційних послуг України»*

Контрольні питання

1. Що являє собою конкурентне середовище підприємства?

2. Назвіть складові конкурентного середовища підприємства, дайте їх характеристику (модель п'яти конкурентних сил Портера).

3. Державне регулювання як фактор впливу на конкурентне середовище підприємства.

4. Дайте визначення та характеристику поняття «інтенсивність конкуренції».

5. Схарактеризуйте показники, які використовуються для оцінки рівня (інтенсивності) конкуренції на ринку: індекс концентрації, індекс Харфіндела-Хіршмана, коефіцієнт варіації ринкових часток конкурентів.

Задача. На підставі кількості абонентів операторів мобільного зв'язку у певні періоди (*надається викладачем на занятті*), здійснити оцінку рівня (інтенсивності) конкуренції на ринку мобільного зв'язку України, а також її динаміки, з використанням індексу Харфіндела-Хіршмана та коефіцієнта варіації ринкових часток конкурентів.

Рекомендована література

1. Гранатуров В.М. Управління конкурентоспроможністю оператора телекомунікацій: навч. посіб. / Гранатуров В.М., Литовченко І.В., Кораблінова І.А.; за заг. ред. проф. Гранатурова. – К.: Кафедра, 2013. – 256 с.

2. Портер М. Конкуренция / М. Портер; пер. с англ. – М.: Издательский дом «Вильямс», 1993. – 495 с.

3. Кобиляцький Л.С. Управління конкурентоспроможністю: навч. посіб. / Кобиляцький Л.С. – К.: Зовнішня торгівля, 2003. – 304 с.

4. Управління конкурентоспроможністю підприємства: навч. посіб. / [С.М. Клименко, Т.В. Омеляненко, Д.О. Барабась та ін.]. – К.: КНЕУ, 2008. – 520 с.

ТЕМИ РЕФЕРАТІВ

Тема 1. Порівняльний аналіз показників, які використовуються для оцінки рівня (інтенсивності) конкуренції на ринку

Рекомендована література

1. Гранатуров В.М. Конкурентоспроможність телекомунікаційних компаній: проблеми теорії та практики управління: монографія / В.М. Гранатуров, І.А. Кораблінова. – К.: Кафедра, 2012. – 320 с.

2. Портер М. Конкуренция / М. Портер; пер. с англ. – М.: Издательский дом «Вильямс», 1993. – 495 с.

3. Управління конкурентоспроможністю підприємства: навч. посіб. / [С.М. Клименко, Т.В. Омеляненко, Д.О. Барабась та ін.]. – К.: КНЕУ, 2008. – 520 с.

Тема 2. Стан конкуренції на ринку телекомунікаційних послуг України

Рекомендована література

1. Гранатуров В.М. Конкурентоспроможність телекомунікаційних компаній: проблеми теорії та практики управління: монографія / В.М. Гранатуров, І.А. Кораблінова. – К.: Кафедра, 2012. – 320 с.

2. Річні звіти про роботу комісії, що здійснює державне регулювання у сфері зв'язку та інформатизації [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.nkrz.gov.ua>.

План практичного заняття № 3
за темою: «Конкурентоспроможність як категорія і як властивість підприємства, що функціонує в умовах ринкової економіки»

Контрольні питання

1. Які ознаки характеризують конкурентоспроможність економічного об'єкту?
2. Дайте визначення понять «конкурентоспроможність» та «рівень конкурентоспроможності» взагалі (незалежно від об'єкта, до якого вони застосовуються).
3. Дайте визначення понять «конкурентоспроможність продукції» та «рівень конкурентоспроможності продукції».
4. Дайте визначення понять «конкурентоспроможність послуги» та «рівень конкурентоспроможності послуги».
5. Дайте визначення понять конкурентоспроможність та рівень конкурентоспроможності підприємства (оператора зв'язку).
6. Дайте визначення понять «критерій конкурентоспроможності» та «фактор конкурентоспроможності».
7. Дайте характеристику поняття «потенціал підприємства» як одного з критеріїв конкурентоспроможності.
8. Які складові потенціалу оператора зв'язку визначають рівень його конкурентоспроможності?
9. Назвіть склад основних зовнішніх факторів конкурентоспроможності оператора зв'язку опосередкованого та безпосереднього впливу.
10. Назвіть склад основних внутрішніх факторів конкурентоспроможності оператора зв'язку.

Рекомендована література

1. Гранатуров В.М. Управління конкурентоспроможністю оператора телекомунікацій: навч. посіб. / Гранатуров В.М., Литовченко І.В., Кораблінова І.А.; за заг. ред. проф. Гранатурова. – К.: Кафедра, 2013. – 256 с.
2. Лифиц И.М. Формирование и оценка конкурентоспособности товаров и услуг: учеб. пособие / Лифиц И.М. – М.: Юрай-Издат, 2004. – 335.
3. Управління конкурентоспроможністю підприємства: навч. посіб. / [С.М. Клименко, Т.В. Омеляненко, Д.О. Барабась та ін.]. – К.: КНЕУ, 2008. – 520 с.

ТЕМА РЕФЕРАТУ

**Аналіз існуючих підходів до змісту та визначення поняття
«конкурентоспроможність»**

Рекомендована література

1. Гранатуров В.М. Конкурентоспроможність телекомунікаційних компаній: проблеми теорії та практики управління: монографія / В.М. Гранатуров, І.А. Кораблінова. – К.: Кафедра, 2012. – 320 с. (С.124-135).
2. Гранатуров В.М. Аналіз конкурентоспроможності телекомунікаційних послуг: монографія / В.М. Гранатуров, С.П. Воробієнко. – К.: Освіта України, 2009. – 254 с. (С. 59-66).
3. Антонюк Л.Л. Міжнародна конкурентоспроможність країн. Теорія та механізм реалізації: монографія / Л.Л. Антонюк. – К.: КНЕУ, 2004. – 275 с.

План практичного заняття № 4 за темою: «Теоретико-методологічні засади управління конкурентоспроможністю підприємства»

Контрольні питання

1. Дайте визначення поняття «управління конкурентоспроможністю підприємства».
2. Сформулюйте сутність та завдання управління конкурентоспроможністю підприємства, його місце у системі управління підприємством.
3. Назвіть специфічні цілі, які притаманні управлінню конкурентоспроможністю підприємства.
4. Що є об'єктом і суб'єктом у системі управління конкурентоспроможністю підприємства?
5. Назвіть та схарактеризуйте основні принципи формування конкурентоспроможності підприємства.
6. Назвіть особливості функцій управління конкурентоспроможністю підприємства, їх відмінності від функцій управління підприємством взагалі.
7. Схарактеризуйте основні етапи процесу управління конкурентоспроможністю підприємства.
8. Суть та зміст аналізу конкурентоспроможності у системі управління конкурентоспроможністю.
9. Поясніть зміст та цілі моніторингу рівня конкурентоспроможності підприємства.
10. Назвіть концептуальні засади регулювання конкурентних відносин у телекомунікаційній сфері.

Рекомендована література

1. Гранатуров В.М. Управління конкурентоспроможністю оператора телекомунікацій: навч. посіб. / Гранатуров В.М., Литовченко І.В., Кораблінова І.А.; за заг. ред. проф. Гранатурова. – К.: Кафедра, 2013. – 256 с.

2. Кобиляцький Л.С. Управління конкурентоспроможністю: навч. посіб. / Кобиляцький Л.С. – К.: Зовнішня торгівля, 2003. – 304 с.

3. Управління конкурентоспроможністю підприємства: навч. посіб. / [С.М. Клименко, Т.В. Омеляненко, Д.О. Барабась та ін.]. – К.: КНЕУ, 2008. – 520 с.

ТЕМИ РЕФЕРАТІВ

Тема 1. Урахування партнерських відносин у механізмі управління конкурентоспроможністю оператора телекомунікацій

Рекомендована література

1. Гранатуров В.М. Конкурентоспроможність телекомунікаційних компаній: проблеми теорії та практики управління: монографія / В.М. Гранатуров, І.А. Кораблінова. – К.: Кафедра, 2012. – 320 с. (С.288 – 304).

2. Гаврилов И.А. Оценка уровня партнерских связей как одного из факторов конкурентоспособности организации / И.А. Гаврилов, Н.С. Иващенко // Маркетинг в России и за рубежом. – 2009. – № 3 (71). – С. 77 – 87.

Тема 2. Регулювання конкурентних відносин на ринку телекомунікацій

Рекомендована література

1. Гранатуров В.М. Конкурентоспроможність телекомунікаційних компаній: проблеми теорії та практики управління: монографія / В.М. Гранатуров, І.А. Кораблінова. – К.: Кафедра, 2012. – 320 с.

2. Технологічні, організаційні та регуляторні засади побудови телекомунікаційних мереж сучасних та наступних поколінь: монографія / [В.А. Каптур, Є.В. Васіліу, В.М. Гранатуров та ін.]. – К.: Кафедра, 2014. – 288 с.

3. Павлов В.І. Регулювання конкурентних відносин на ринку телекомунікацій / В.І. Павлов, Л.В. Шостак. – Рівне: НУВГП, 2009. – 160 с.

4. Воробієнко П.П. Проблеми державного регулювання телекомунікаційної сфери України / П.П. Воробієнко, В.М. Гранатуров // Економіка України. – 2012. – № 10. – С. 45 – 53.

План практичного заняття № 5

за темою: «Діагностика стану конкурентоспроможності підприємства»

Контрольні питання

1. Сутність, завдання та етапи процесу діагностики конкурентоспроможності підприємства.

2. Назвіть зміст якісного аналізу конкурентоспроможності підприємства.

3. Назвіть зміст кількісного аналізу конкурентоспроможності підприємства.

4. Назвіть вираз, з якого визначається інтегральний показник рівня конкурентоспроможності підприємств зв'язку.

5. Назвіть існуючі підходи до кількісної оцінки (рівня) конкурентоспроможності підприємства.

6. Схарактеризуйте методи оцінки рівня конкурентоспроможності підприємства, що засновані на використанні конкурентоспроможності продукту (послуг), які воно виробляє.

7. Назвіть вираз, з якого визначається інтегральний показник рівня конкурентоспроможності послуг зв'язку.

8. Назвіть вираз, з якого визначається інтегральний показник рівня конкурентоспроможності підприємства, у разі коли воно виробляє декілька продуктів, що реалізуються на різних ринках.

9. Схарактеризуйте метод оцінки рівня конкурентоспроможності підприємства, що заснований на використанні в якості критеріїв конкурентоспроможності його потенціал.

10. Назвіть вираз, з якого визначається інтегральний показник рівня конкурентоспроможності підприємства, заснований на використанні в якості критеріїв конкурентоспроможності його потенціал.

Рекомендована література

1. Гранатуров В.М. Управління конкурентоспроможністю оператора телекомунікацій: навч. посіб. / Гранатуров В.М., Литовченко І.В., Кораблінова І.А.; за заг. ред. проф. Гранатурова. – К.: Кафедра, 2013. – 256 с.

2. Кобиляцький Л.С. Управління конкурентоспроможністю: навч. посіб. / Кобиляцький Л.С. – К.: Зовнішня торгівля, 2003. – 304 с.

3. Управління конкурентоспроможністю підприємства: навч. посіб. / [С.М. Клименко, Т.В. Омеляненко, Д.О. Барабась та ін.]. – К.: КНЕУ, 2008. – 520 с.

ТЕМИ РЕФЕРАТІВ

Тема 1. Порівняльний аналіз існуючих методів оцінки рівня конкурентоспроможності підприємства

Рекомендована література

1. Гранатуров В.М. Конкурентоспроможність телекомунікаційних компаній: проблеми теорії та практики управління: монографія / В.М. Гранатуров, І.А. Кораблінова. – К.: Кафедра, 2012. – 320 с. (С.288 – 304).

2. Осипов В.М. Управління конкурентоспроможністю продукції металургійної галузі: монографія; за наук. ред. академіка Б.В. Буркинського / В.М. Осипов. – Одеса: МПП «Евен», 2005. – 296 с.

3. Булах І.В. Оцінка конкурентоспроможності підприємств сфери телекомунікацій / І.В. Булах, Т.Б. Надтока. – Донецьк: «ДВНЗ ДонНТУ», 2010. – 244 с.

Тема 2. Конкурентостійкість підприємства, зміст та методи її визначення

Рекомендована література

1. Булах І.В. Оцінка конкурентоспроможності підприємств сфери телекомунікацій / І.В. Булах, Т.Б. Надтока. – Донецьк: «ДВНЗ ДонНТУ», 2010. – 244 с.

2. Дикань В.Л. Обеспечение конкурентоустойчивости предприятий: монография / Дикань В.Л. – Х.: Основа, 1995. – 160 с.

План практичного заняття № 6

за темою: «Діагностика стану конкурентоспроможності підприємства»

Заняття присвячене розв'язанню задач щодо визначення кількісної оцінки (рівня) конкурентоспроможності підприємства різними методами. Конкретні дані у вигляді різних варіантів видаються викладачем кожному студенту на початку заняття.

Задача 1. Відомо: кількість видів продукції (послуг), які виробляє підприємство; кількість ринків, на яких реалізується продукція (послуги) підприємства; показник вагомості (привабливості для підприємства) кожного ринку; обсяг реалізації кожного виду продукції, який реалізується на кожному ринку; рівень конкурентоспроможності кожного виду продукції підприємства на кожному ринку. Необхідно визначити інтегральний рівень конкурентоспроможності підприємства.

Задача 2. Відомо: перелік критеріїв конкурентоспроможності підприємства, якими є показники його конкурентоспроможного потенціалу; кількісні значення кожного потенціалу, як підприємства, так і підприємств-конкурентів; вагові коефіцієнти, які відображують їх значимість (вагомість впливу кожного потенціалу на інтегральний показник конкурентоспроможності). Необхідно визначити інтегральний рівень конкурентоспроможності підприємства, його позиції на ринку по відношенню до підприємств конкурентів, визначити найбільш ефективні шляхи підвищення рівня його конкурентоспроможності.

План практичного заняття № 7
за темою: «Розробка та забезпечення реалізації конкурентних стратегій
оператора телекомунікацій»

Контрольні питання

1. Сутність та зміст конкурентної стратегії.
2. Назвіть систему конкурентних стратегій і конкурентної поведінки підприємства.
3. Дайте характеристику базових конкурентних стратегій: абсолютного лідерства у витратах, диверсифікації та фокусування.
4. Назвіть основні конкурентні переваги на ринку мобільного зв'язку, які приймаються до уваги при виборі та обґрунтуванні базових конкурентних стратегій.
5. Назвіть склад конкурентних стратегій, поділ яких здійснюється за ієрархією в системі управління.
6. Дайте характеристику корпоративної, ділової, функціональної та операційної стратегій.
7. Назвіть основні принципи, яких слід дотримуватися при формуванні конкурентних стратегій підприємства.
8. Розкрийте зміст основних етапів розробки конкурентної стратегії підприємства.
9. Схарактеризуйте зміст робіт, що входять до програми реалізації конкурентної стратегії підприємства.

Рекомендована література

1. Гранатуров В.М. Управління конкурентоспроможністю оператора телекомунікацій: навч. посіб. / Гранатуров В.М., Литовченко І.В., Кораблінова І.А.; за заг. ред. проф. Гранатурова. – К.: Кафедра, 2013. – 256 с.
2. Портер М. Конкурентная стратегия: методика анализа отраслей и конкурентов / Портер М.; пер. с англ. – [2-е изд.]. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2006. – 454 с.
2. Хрущ Н.А. Конкурентні стратегії: процеси створення та реалізації: монографія / Н.А. Хрущ, М.В. Желіховська; за наук. ред. д.е.н., проф. Н.А. Хрущ. – К.: Освіта України, 2010. – 316 с.
3. Управління конкурентоспроможністю підприємства: навч. посіб. / [С.М. Клименко, Т.В. Омеляненко, Д.О. Барабась та ін.]. – К.: КНЕУ, 2008. – 520 с.

ТЕМА РЕФЕРАТУ

Вибір та обґрунтування конкурентних стратегій підприємства

Рекомендована література

1. Портер М. Конкурентная стратегия: методика анализа отраслей и конкурентов / Портер М.; пер. с англ. – [2-е изд.]. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2006. – 454 с.
2. Ансофф И. Новая корпоративная стратегия / И. Ансофф, Э. Дж. Макдонелл; пер. с англ. – СПб.: Питер Ком, 1999. – 416 с.
3. Хрущ Н.А. Конкурентні стратегії: процеси створення та реалізації: монографія / Н.А. Хрущ, М.В. Желіховська; за наук. ред. д.е.н., проф. Н.А. Хрущ. – К.: Освіта України, 2010. – 316 с.
4. Бельтюков Е.А. Выбор стратегии развития предприятия / Е.А. Бельтюков, Л.А. Некрасова. – Одесса: ОРПУ, 2002. – 279 с.

4 ПЛАНЫ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ

(для студентов зарубежных стран, обучающихся в ОНАС им. А.С. Попова)

Рекомендованная литература

1. Гранатуров В.М. Управление конкурентоспособностью предприятия: учеб. пособ. / В.М. Гранатуров, И.А. Кораблинова. – Одеса: ОНАЗ ім. О.С. Попова, 2016. – 152 с.
2. Кныш М.И. Конкурентные стратегии: учеб. пособ./ Кныш М.И. – СПб., 2000. – 248 с.
3. Портер М. Конкурентная стратегия: методика анализа отраслей и конкурентов / Портер М.; пер. с англ. – [2-е изд.]. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2006. – 454 с.
4. Портер М. Конкуренция / Портер М.; пер. с англ. – М.: Издательский дом «Вильямс», 1993. – 495 с.
5. Управление конкурентоспособностью предприятия: учеб. пособ. [Электронный ресурс] / [С.М. Клименко, Д.О. Барабась, А.В. Вакуленко и др.]. – К.: КНЭУ, 2006. – 527 с. – Режим доступа: <http://www.twirpx.com/file/585520/>.

План практического занятия № 1

на тему: *«Экономическая сущность, функции и виды конкуренции»*

Контрольные вопросы

1. Дайте определения понятий «рынок» и «рыночная экономика».
2. Назовите существующие подходы к определению понятия «конкуренция», что является объектом и субъектом конкуренции.
3. Назовите положительные и отрицательные последствия конкуренции.
4. Дайте характеристику конкурентным преимуществам, эволюции их сущности и механизму формирования.

5. На какие виды делятся рынки по признаку уровня конкуренции? Назовите характерные черты, присущие каждому из этих видов рынка.

6. В чем проявляется синтез монополии и конкуренции, присущий существующему этапу развития экономики?

7. Дайте характеристику понятия «рыночная власть» и назовите признаки рыночной власти.

8. Охарактеризуйте сущность сегментации рынка и критерии, по которым она осуществляется.

9. Что представляет собой фундаментальная и реализованная ниша предприятия?

10. Дайте характеристику привлекательности рынка, назовите перечень основных критериев, которые определяют привлекательность рынка.

11. Назовите основные этапы процесса анализа и выбора рынка.

План практического занятия № 2

на тему: «Конкурентная среда предприятия и состояние конкуренции на рынке телекоммуникационных услуг»

Контрольные вопросы

1. Что представляет собой конкурентная среда предприятия (определение и характеристика)?

2. Назовите составляющие конкурентной среды предприятия, их характеристику (модель пяти конкурентных сил Портера).

3. Государственное регулирование как фактор влияния на конкурентную среду предприятия.

4. Дайте определение и характеристику понятия «интенсивность конкуренции».

5. Охарактеризуйте показатели, которые используются для оценки уровня (интенсивности) конкуренции на рынке: индекс концентрации, индекс Харфиндела-Хиршмана, коэффициент вариации рыночных частей (долей) конкурентов.

Задача. На основании количества абонентов операторов мобильной связи в определенные периоды (задается каждому студенту на занятии), осуществить оценку уровня (интенсивности) конкуренции на рынке мобильной связи, а также ее динамики, с использованием индекса Харфиндела-Хиршмана, коэффициента вариации рыночных частей (долей) конкурентов.

ТЕМЫ РЕФЕРАТОВ

Тема 1. Сравнительный анализ показателей, используемых для оценки уровня (интенсивности) конкуренции на рынке

Рекомендованная литература

1. Гранатуров В.М. Управление конкурентоспособностью предприятия: учеб. пособ. / В.М. Гранатуров, И.А. Кораблинова. – Одеса: ОНАЗ ім. О.С. Попова, 2016. – 152 с.
2. Портер М. Конкуренция / Портер М.; пер. с англ. – М.: Издательский дом «Вильямс», 1993. – 495 с.
3. Управление конкурентоспособностью предприятия: учеб. пособ. [Электронный ресурс] / [С.М. Клименко, Д.О. Барабась, А.В. Вакуленко и др.]. – К.: КНЭУ, 2006. – 527 с. – Режим доступа: <http://www.twirpx.com/file/585520/>.

Тема 2. Состояние конкуренции на рынке телекоммуникационных услуг (страны, из которой прибыл на обучение студент)

Рекомендованная литература

1. Гранатуров В.М. Управление конкурентоспособностью предприятия: учеб. пособ. / В.М. Гранатуров, И.А. Кораблинова. – Одеса: ОНАЗ ім. О.С. Попова, 2016. – 152 с.
2. Портер М. Конкуренция / М. Портер; пер. с англ. – М.: Издательский дом «Вильямс», 1993. – 495 с.
3. Управление конкурентоспособностью предприятия: учеб. пособ. [Электронный ресурс] / [С.М. Клименко, Д.О. Барабась, А.В. Вакуленко и др.]. – К.: КНЭУ, 2006. – 527 с. – Режим доступа: <http://www.twirpx.com/file/585520/>.
4. Интернет-порталы о рынке телекоммуникационных услуг по конкретной стране.

План практического занятия № 3

на тему: «Конкурентоспособность как категория и как свойство предприятия, функционирующего в условиях рыночной экономики»

Контрольные вопросы

1. Какие признаки характеризуют конкурентоспособность экономического объекта?
2. Дайте определение понятий «конкурентоспособность» и «уровень конкурентоспособности» вообще (независимо от объекта, к которому они применяются).
3. Дайте определение понятий «конкурентоспособность продукции» и «уровень конкурентоспособности продукции».
4. Дайте определение понятий «конкурентоспособность услуги» и «уровень конкурентоспособности услуги».
5. Дайте определение понятий «конкурентоспособность предприятия» и «уровень конкурентоспособности предприятия» (оператора связи).

6. Дайте определение понятий «критерий конкурентоспособность» и «фактор конкурентоспособности».

7. Дайте определение и характеристику понятия «потенциал предприятия» как одного из критериев его конкурентоспособности.

8. Какие составляющие потенциала оператора связи определяют уровень его конкурентоспособности?

9. Назовите состав основных внешних факторов конкурентоспособности оператора связи опосредованного и непосредственного влияния.

10. Назовите состав основных внутренних факторов конкурентоспособности оператора связи.

ТЕМА РЕФЕРАТА

Анализ существующих подходов к содержанию и определению понятия «конкурентоспособность»

Рекомендованная литература

1. Гранатуров В.М. Управление конкурентоспособностью предприятия: учеб. пособ. / В.М. Гранатуров, И.А. Кораблинова. – Одеса: ОНАЗ ім. О.С. Попова, 2016. – 152 с.

2. Воронкова А.Э. Стратегическое управление конкурентоспособным потенциалом предприятия: диагностика и организация: монография / Воронкова А.Э. – Луганск: Изд-во Восточно-украинского национального университета, 2000. – 315 с.

3. Портер М. Конкуренция / Портер М.; пер. с англ. – М.: Издательский дом «Вильямс», 1993. – 495 с.

4. Управление конкурентоспособностью предприятия: учеб. пособ. [Электронный ресурс] / [С.М. Клименко, Д.О. Барабась, А.В. Вакуленко и др.]. – К.: КНЭУ, 2006. – 527 с. – Режим доступа: <http://www.twirpx.com/file/585520/>.

План практического занятия № 4 на тему: «Теоретико-методологические принципы управления конкурентоспособностью предприятия»

Контрольные вопросы

1. Дайте определение понятия «управление конкурентоспособностью предприятия».

2. Сформулируйте сущность и задачи управления конкурентоспособностью предприятия, его место в системе управления предприятием.

3. Назовите специфические цели, присущие управлению конкурентоспособностью предприятия.

4. Что является объектом и субъектом в системе управления конкурентоспособностью предприятия?

5. Дайте характеристику основным принципам формирования конкурентоспособности предприятия.

6. Раскройте особенности функций управления конкурентоспособностью предприятия, их отличия от функций управления предприятием вообще.

7. Охарактеризуйте основные этапы процесса управления конкурентоспособностью предприятия.

8. Сущность и содержание анализа конкурентоспособности в системе управления конкурентоспособности предприятия.

9. Раскройте содержание и цели мониторинга уровня конкурентоспособности предприятия.

10. Объясните концептуальные принципы регулирования конкурентных отношений в телекоммуникационной сфере.

ТЕМЫ РЕФЕРАТОВ

Тема 1. Учет партнерских отношений в механизме управления конкурентоспособностью оператора телекоммуникаций

Рекомендованная литература

1. Гранатуров В.М. Управление конкурентоспособностью предприятия: учеб. пособ. / В.М. Гранатуров, И.А. Кораблинова. – Одеса: ОНАЗ ім. О.С. Попова, 2016. – 152 с.

2. Гаврилов И.А. Оценка уровня партнерских связей как одного из факторов конкурентоспособности организации / И.А. Гаврилов, Н.С. Иващенко // Маркетинг в России и за рубежом. – 2009. – № 3 (71). – С. 77 – 87.

Тема 2. Регулирование конкурентных отношений на рынке телекоммуникаций

Рекомендованная литература

1. Гранатуров В.М. Управление конкурентоспособностью предприятия: учеб. пособ. / В.М. Гранатуров, И.А. Кораблинова. – Одеса: ОНАЗ ім. О.С. Попова, 2016. – 152 с.

2. Материалы официальных интернет-ресурсов о работе регулирующего органа в области телекоммуникаций по конкретной стране.

План практического занятия № 5

на тему: «Диагностика состояния конкурентоспособности предприятия»

Контрольные вопросы

1. Сущность, задачи и основные этапы процесса диагностики конкурентоспособности предприятия.
2. Раскройте содержание качественного анализа конкурентоспособности предприятия.
3. Раскройте содержание количественного анализа конкурентоспособности предприятия.
4. Укажите и объясните выражение, из которого определяется интегральный показатель уровня конкурентоспособности предприятий связи.
5. Назовите существующие подходы к количественной оценке (уровня) конкурентоспособности предприятия.
6. Охарактеризуйте методы оценки уровня конкурентоспособности предприятия, основанные на использовании конкурентоспособности продукта (услуги), которое оно производит.
7. Укажите и объясните выражение, из которого определяется интегральный показатель уровня конкурентоспособности услуг связи.
8. Укажите и объясните выражение, из которого определяется интегральный показатель уровня конкурентоспособности предприятий связи, в случае, когда оно производит несколько видов продукции (услуг).
9. Дайте характеристику метода оценки уровня конкурентоспособности предприятия, основанного на использовании в качестве критериев его конкурентоспособности его потенциал.
10. Укажите и объясните выражение, из которого определяется интегральный показатель уровня конкурентоспособности предприятия, основанного на использовании в качестве критериев его потенциал.

ТЕМА РЕФЕРАТА

Сравнительный анализ существующих методов оценки уровня конкурентоспособности предприятия

Рекомендованная литература

1. Гранатуров В.М. Управление конкурентоспособностью предприятия: учеб. пособ. / В.М. Гранатуров, И.А. Кораблинова. – Одеса: ОНАЗ ім. О.С. Попова, 2016. – 152 с.
2. Воронкова А.Э. Стратегическое управление конкурентоспособным потенциалом предприятия: диагностика и организация: монография / Воронкова А.Э. – Луганск: Изд-во Восточно-украинского национального университета, 2000. – 315 с.
3. Управление конкурентоспособностью предприятия: учеб. пособ. [Электронный ресурс] / [С.М. Клименко, Д.О. Барабась, А.В. Вакуленко и др.]. – К.: КНЭУ, 2006. – 527 с. – Режим доступа: <http://www.twirpx.com/file/585520/>.

План практического занятия № 6

на тему: «Диагностика состояния конкурентоспособности предприятия»

Занятие посвящено решению задач определения количественной оценки (уровня) конкурентоспособности предприятия разными методами. Конкретные данные в виде разных вариантов выдаются каждому студенту в начале занятия.

Задача 1. Известно: количество видов продукции (услуг), производимое предприятием; количество рынков, на которых реализуется продукция предприятия; показатель весомости (привлекательности для предприятия) каждого рынка; объем реализации каждого вида продукции, реализуемого на каждом рынке; уровень конкурентоспособности каждого вида продукции на каждом рынке. Необходимо определить интегральный уровень конкурентоспособности предприятия.

Задача 2. Известно: состав критериев конкурентоспособности предприятия, которыми являются показатели его конкурентоспособного потенциала; количественные значения каждого потенциала, как предприятия, так и предприятий конкурентов; весовые коэффициенты, которые отображают значимость каждого потенциала (весомость его влияния на интегральный показатель конкурентоспособности). Необходимо определить интегральный уровень конкурентоспособности предприятия, его позиции на рынке по отношению к предприятиям конкурентам, определить наиболее эффективные пути повышения уровня его конкурентоспособности.

План практического занятия № 7**на тему: «Разработка и обеспечение реализации конкурентных стратегий оператора телекоммуникаций»****Контрольные вопросы**

1. Сущность и содержание конкурентной стратегии.
2. Расскажите о системе конкурентных стратегий и конкурентного поведения предприятия.
3. Перечислите и дайте характеристику базовых конкурентных стратегий (по М. Портеру).
4. Назовите основные конкурентные преимущества на рынке мобильной связи, которые принимаются во внимание при выборе и обосновании базовых конкурентных стратегий.
5. Назовите состав конкурентных стратегий, деление которых осуществляется по их иерархии в системе управления.
6. Дайте характеристику корпоративной, деловой, функциональной и операционной стратегиям.
7. Назовите основные принципы, которых следует придерживаться при формировании конкурентных стратегий предприятия.
8. Охарактеризуйте содержание основных этапов разработки конкурентной стратегии предприятия.

9. Охарактеризуйте содержание работ, входящих в программу реализации конкурентной стратегии предприятия.

ТЕМА РЕФЕРАТА

Выбор и обоснование конкурентных стратегий предприятия

Рекомендованная литература

1. Портер Конкурентная стратегия: методика анализа отраслей и конкурентов / Портер М.; пер. с англ. – 2-е изд. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2006. – 454 с.
2. Ансофф И. Новая корпоративная стратегия / И. Ансофф, Э. Дж. Макдонелл; пер. с англ. – СПб.: Питер Ком, 1999. – 416 с.
3. Бельтюков Е.А. Выбор стратегии развития предприятия / Е.А. Бельтюков, Л.А. Некрасова. – Одесса: ОРПУ, 2002. – 279 с.

5 ПЛАНИ ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ **для студентів заочної форми навчання**

План практичного заняття № 1 **за темою: «Методи аналізу конкурентоспроможності підприємств»**

Контрольні питання

1. Аналіз конкурентних сил, які впливають на ринок, модель конкурентних сил Портера.
2. Охарактеризуйте показники, які використовуються для оцінки рівня (інтенсивності) конкуренції на ринку: індекс концентрації, індекс Харфіндела-Хіршмана, коефіцієнт варіації ринкових часток конкурентів.
3. Дайте визначення понять «конкурентоспроможність» та «рівень конкурентоспроможності підприємства (оператора зв'язку)».
4. Дайте визначення понять «критерій (показник) конкурентоспроможності» та «фактор конкурентоспроможності».
5. Назвіть склад зовнішніх факторів конкурентоспроможності оператора зв'язку опосередкованого та безпосереднього впливу.
6. Назвіть склад внутрішніх факторів конкурентоспроможності оператора зв'язку.
7. Основні етапи процесу управління конкурентоспроможністю підприємства.
8. Суть та зміст аналізу конкурентоспроможності у системі управління конкурентоспроможністю.
9. Якісний аналіз конкурентоспроможності підприємства.

10. Назвіть вираз, з якого визначається інтегральний показник рівня конкурентоспроможності підприємства зв'язку.

План практичного заняття № 2
на тему: «Розробка та забезпечення реалізації конкурентних стратегій підприємства»

Контрольні питання

1. Дайте характеристику змісту конкурентної стратегії.
2. Дайте характеристику стратегії абсолютного лідерства у витратах.
3. Дайте характеристику стратегії фокусування.
4. Дайте характеристику стратегії диверсифікації.
5. Дайте характеристику стратегії забезпечення конкурентоспроможності підприємства.
6. Назвіть склад конкурентних стратегій, поділ яких здійснюється за ієрархією в системі управління.
7. Дайте характеристику корпоративної стратегії.
8. Дайте характеристику ділової стратегії.
9. Дайте характеристику функціональної стратегії.
10. Розкрийте зміст основних етапів розробки конкурентної стратегії підприємства.

Рекомендована література

1. Гранатуров В.М. Управління конкурентоспроможністю оператора телекомунікацій: навчальний посібник / В.М. Гранатуров, І.В. Литовченко, І.А. Кораблінова. – К.: Кафедра, 2013. – 256 с.
2. Портер М. Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов / Портер М.; пер. с англ. – [2-е изд.]. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2006. – 454 с.
3. Управління конкурентоспроможністю підприємства: навч. посіб. / [С.М. Клименко, Т.В. Омеляненко, Д.О. Барабась та ін.]. – К.: КНЕУ, 2008. – 520 с.
4. Хрущ Н.А. Конкурентні стратегії: процеси створення та реалізації: монографія / Н.А. Хрущ, М.В. Желіховська; за наук. ред. д.е.н., проф. Н.А. Хрущ. – К.: Освіта України, 2010. – 316 с.
5. Гранатуров В.М. Методичні вказівки по виконанню лабораторно-практичної роботи з навчальної дисципліни «Управління конкурентоспроможністю підприємств» на тему: «Інтегральні методи оцінювання рівня конкурентоспроможності підприємства» / В.М. Гранатуров, І.В. Литовченко. – Одеса: ОНАЗ ім. О.С. Попова, 2014. – 20 с.
6. Литовченко І.В. Методичні вказівки по виконанню лабораторно-практичної роботи з навчальної дисципліни «Управління конкурентоспроможністю підприємств» на тему: «Методи оцінювання рівня

конкурентоспроможності підприємства, засновані на теорії якості товару або послуги» / Литовченко І.В. – Одеса: ОНАЗ ім. О.С. Попова, 2014. – 20 с.

6 ЗАВДАННЯ

для виконання комплексної роботи студентами усіх форм навчання

Три питання з перелічених раніше «Контрольних питань для самостійної роботи студентів», а також тема реферату видаються викладачем кожному студенту індивідуально.

ТЕМИ РЕФЕРАТІВ

1. Сутність конкуренції, її роль та значення у ринковій економіці.
2. Ринкові структури (базові моделі ринку) та їх ключові ознаки.
3. Синтез монополії та конкуренції, притаманний сучасному етапу розвитку економіки.
4. Порівняльний аналіз показників, які використовуються для оцінки рівня (інтенсивності) конкуренції на ринку.
5. Стан конкуренції на ринку телекомунікаційних послуг України.
6. Еволюція конкуренції на ринку телекомунікаційних послуг.
7. Сучасні тенденції створення конкурентних переваг телекомунікаційних підприємств.
8. Аналіз існуючих підходів до змісту та визначення поняття конкурентоспроможності.
9. Критерії та фактори формування конкурентоспроможності підприємства.
10. Роль стратегічного маркетингу в забезпеченні конкурентоспроможності підприємства.
11. Потенціал підприємства як фактор забезпечення його конкурентоспроможності.
12. Характеристика елементів конкурентоспроможного потенціалу підприємства.
13. Проблеми оцінки взаємозв'язку елементів конкурентоспроможного потенціалу підприємства.
14. Механізм управління конкурентоспроможністю підприємства.
15. Урахування партнерських відносин у механізмі управління конкурентоспроможністю оператора телекомунікацій.
16. Державний механізм регулювання конкурентоспроможності підприємства та його основні елементи.
17. Регулювання конкурентних відносин на ринку телекомунікацій.
18. Оцінка конкурентоспроможності підприємства та її місце в стратегічному управлінні сучасного підприємства.
19. Методичні підходи до побудови комплексних (інтегральних) показників оцінки конкурентоспроможності підприємства.

20. Конкурентоспроможність продукції: поняття, фактори, що впливають на її рівень, підходи до оцінювання.

21. Взаємозв'язок між конкурентоспроможністю підприємства та конкурентоспроможністю послуг, які воно виробляє.

22. Порівняльний аналіз існуючих методів оцінки рівня конкурентоспроможності підприємства.

23. Конкурентостійкість підприємства зміст та методи її визначення.

24. Конкурентна стратегія підприємства: сутність, місце у стратегічному управлінні сучасного підприємства.

25. Система конкурентних стратегій підприємства, сутність, види та механізми формування.

26. Базові стратегії набуття конкурентних переваг (Портера): зміст, область ефективного застосування, переваги, ризики.

27. Конкурентні стратегії, поділ яких здійснюється за ієрархією в системі управління підприємством.

28. Варіанти стратегій у разі конкурентних війн, характеристика, ситуації ефективного застосування, ризики.

29. Сучасні тенденції створення конкурентних стратегій підприємства.

30. Вибір та обґрунтування конкурентних стратегій підприємства.

31. Розробка та реалізація стратегій забезпечення конкурентоспроможності підприємства.

ЗАДАЧІ

для виконання комплексної роботи

Задача 1. На підставі даних табл. 6.1 з використанням індексу Харфіндела-Хіршмана (H), індексу концентрації (CR) для $n = 3$, та коефіцієнта варіації ринкових часток (V), визначити стан конкуренції на ринку мобільного зв'язку, її динаміку, дати оцінку отриманим результатам.

Таблиця 6.1

Розподіл ринку мобільного зв'язку між операторами

Оператор	Кількість абонентів, млн.		
	2005	2008	1015
Оператор № 1	14,0	24,5	25,4
Оператор № 2	12,5	16,1	18,7
Оператор № 3	6,2	10,2	9,7
Оператор № 4	4,2	5,4	5,7
Оператор № 5	-	2,3	3,4
Оператор № 6	-	-	1,8
Інші	?	?	?
Всього*	40,2	53,5	69,7

* До значень у рядку «Всього» додати 0,2, помножене на останню цифру у номері залікової книжки.

Задача 2. На підставі наданих нижче даних необхідно визначити показники рівня конкурентоспроможності послуги за критеріями: якість

послуги (техніко-технологічний аспект); споживча ціна та споживча новизна послуги, а також інтегральний рівень конкурентоспроможності телекомунікаційної послуги.

Критерії конкурентоспроможності (КС) послуги	Показник рівня КС за критерієм	Вага критерію	Складова рівня КС за критерієм у інтегральному рівні КС послуги
якість послуги (техніко-технологічний аспект)		0,31	
споживча ціна послуги		0,28	
споживча новизна послуги		0,11	
якість обслуговування	0,95	0,10	
наявність додаткових послуг	1,0	0,12	
імідж	1,15	0,08	

– якість послуги складається з двох показників: швидкості передавання та рівня шуму в каналі, які складають відповідно 1,7 та 0,5 одиниць. Швидкість передавання, що повністю задовольняє споживача, дорівнює 2,0 одиниці, а рівень шуму – 0,8 одиниць. Вагомість швидкості передавання дорівнює – 0,7.

– ціна послуги – 3,6;

– ціна базової послуги – 3,9;

– вагомість нової послуги для споживачів, яка складає 1; 0,5 та 0 відповідно для випадків: коли нові або покращенні показники послуги мають значення для споживача; коли споживач або ще не усвідомив, або не схильний декларувати значення для себе нових або покращених показників; коли нові або покращенні показники послуги не мають значення для споживача;

– на підставі опитування споживачів отримані такі результати: кількість споживачів, для яких нові або покращенні показники послуги мають значення – 840; кількість споживачів, для яких нові або покращенні показники послуги не мають значення – 260; загальна кількість опитуваних споживачів склала 1650 чол*.

* До значення «загальна кількість опитуваних» додати 20, помножене на останню цифру у номері залікової книжки.

Задача 3. На підставі наданих нижче даних (табл. 6.2) необхідно визначити конкурентоспроможність організації, яка визначається з урахуванням конкурентоспроможності послуг (КСП) та вагомості ринків, на яких реалізуються послуги.

Таблиця 6.2

Вихідні дані щодо розрахунку конкурентоспроможності оператора зв'язку

Показники	Ринок розвинених країн				Інші ринки				Внутрішній ринок			
	А	В	С	Д	А	В	С	Д	А	В	С	Д
Послуга оператора												
Рівень КСП	0,5	0,6	0,7	0	0,6	0,7	0,8	0,4	0,7	0,8	0,9	0,7
Обсяг реалізації послуг* (тис. од.)	1,1	1,4	1,5	-	1,7	1,9	2,1	0,8	2,0	2,3	2,5	2,0
Вагомість ринку	1,0	1,0	1,0	1,0	0,7	0,7	0,7	0,7	0,5	0,5	0,5	0,5

* До значення «обсяг реалізації послуг на внутрішньому ринку» додати 50, помножене на останню цифру у номері залікової книжки.

Задача 4. На підставі даних табл. 6.3 визначити інтегральний показник конкурентоспроможного потенціалу операторів зв'язку, їх позиції на ринку, визначити найбільш ефективні шляхи підвищення рівня конкурентоспроможності кожного оператора.

Таблиця 6.3

Вихідні дані для визначення інтегрального показника конкурентоспроможного потенціалу операторів зв'язку

Елементи конкурентоспроможного потенціалу	Оцінки елементів щодо операторів-конкурентів					Ваговий коефіцієнт потенціалу*
	А	В	С	Д	Е	
Виробничий	5,2	4,5	4,8	5,6	5,1	0,12
Інноваційний	6,0	4,4	5,8	4,6	5,2	0,15
Фінансовий	7,8	6,4	6,5	5,5	6,3	
Маркетинговий	4,6	4,3	5,4	4,2	5,0	0,13
Управлінський	4,5	4,2	4,6	4,8	4,3	0,11
Мотиваційний	4,8	4,5	4,4	4,3	4,6	0,10
Комунікаційний	2,6	3,8	3,7	3,2	3,4	0,08
Трудовий	4,5	4,0	4,2	4,6	4,3	0,08

* До значення «Ваговий коефіцієнт» трудового потенціалу додати 0,01, помножене на останню цифру у номері залікової книжки.

7 ЗАДАНИЕ

для выполнения комплексной работы студентами зарубежных стран, обучающихся в ОНАС им. А.С. Попова

Три вопроса из перечисленных ранее «Контрольных вопросов для самостоятельной работы студентов», а также тема реферата выдаются преподавателем каждому студенту индивидуально

ТЕМЫ РЕФЕРАТОВ

1. Сущность конкуренции, ее роль и значение в рыночной экономике.
2. Рыночные структуры (базовые модели рынка) и их ключевые признаки.
3. Синтез монополии и конкуренции, присущий современному этапу развития экономики.
4. Сравнительный анализ показателей, используемых для оценки уровня (интенсивности) конкуренции на рынке.
5. Состояние конкуренции на рынке телекоммуникационных услуг страны, откуда прибыл студент.
6. Эволюция конкуренции на рынке телекоммуникационных услуг.
7. Современные тенденции создания конкурентных преимуществ телекоммуникационных предприятий.
8. Анализ существующих подходов к содержанию и определению понятия «конкурентоспособность».
9. Критерии и факторы формирования конкурентоспособности предприятия.
10. Роль стратегического маркетинга в обеспечении конкурентоспособности предприятия.
11. Потенциал предприятия как фактор обеспечения его конкурентоспособности.
12. Характеристика элементов конкурентоспособного потенциала предприятия.
13. Проблемы оценки взаимосвязи элементов конкурентоспособного потенциала предприятия.
14. Механизм управления конкурентоспособностью предприятия.
15. Учет партнерских отношений в механизме управления конкурентоспособностью оператора телекоммуникаций.
16. Государственный механизм регулирования конкурентоспособности оператора и его основные элементы.
17. Регулирование конкурентных отношений на рынке телекоммуникаций.
18. Оценка конкурентоспособности предприятия и ее место в стратегическом управлении современного предприятия.
19. Методические подходы к построению комплексных (интегральных) показателей оценки конкурентоспособности предприятия.
20. Конкурентоспособность продукции: понятие; факторы, влияющие на ее уровень; подходы к оценке.
21. Взаимосвязь между конкурентоспособностью предприятия и конкурентоспособностью продукции, которую оно производит.
22. Сравнительный анализ существующих методов оценки уровня конкурентоспособности предприятия.
23. Конкурентная стратегия предприятия: сущность, место в стратегическом управлении современного предприятия.

24. Система конкурентных стратегий предприятия, сущность, виды и механизм формирования.

25. Базовые стратегии получения конкурентных преимуществ (Портера): содержание, область эффективного применения, преимущества, риски.

26. Конкурентные стратегии, деление которых осуществляется по иерархии в системе управления предприятием.

27. Варианты стратегий в случае конкурентных войн: характеристика, ситуации эффективного применения, риски.

28. Современные тенденции создания конкурентных стратегий предприятия.

29. Выбор и обоснование конкурентных стратегий предприятия.

30. Разработка и реализация стратегий обеспечения конкурентоспособности предприятия.

ЗАДАЧИ

для выполнения комплексной работы

Задача 1. На основе данных, представленных в табл. 7.1, с использованием индекса Харфиндела-Хиршмана (H), индекса концентрации (CR) для $n = 3$, и коэффициента вариации рыночных долей (V), определить состояние конкуренции на рынке мобильной связи, ее динамику, дать оценку полученным результатам.

Таблица 7.1

Распределение рынка мобильной связи между операторами

Оператор	Количество абонентов, млн.		
	2005	2008	1015
Оператор № 1	14,0	24,5	25,4
Оператор № 2	12,5	16,1	18,7
Оператор № 3	6,2	10,2	9,7
Оператор № 4	4,2	5,4	5,7
Оператор № 5	-	2,3	3,4
Оператор № 6	-	-	1,8
Другие	?	?	?
Всего*	40,2	53,5	69,7

* К значениям в строке «Всего» добавить 0,2, умноженное на последнюю цифру в номере зачетной книжки.

Задача 2. На основании приведенных ниже данных необходимо определить показатели уровня конкурентоспособности по критериям качества услуги (технико-технологический аспект), потребительская цена и потребительская новизна услуги, а также интегральный показатель уровня конкурентоспособности услуги.

Критерии конкурентоспособности (КС) услуги	Показатель уровня КС по критерию	Вес критерия	Составляющая уровня КС по критерию в интегральном уровне КС услуги
качества услуги (технико-технологический аспект)	?	0,31	
потребительская цена услуги	?	0,28	
потребительская новизна услуги	?	0,11	
качество обслуживания	0,95	0,10	
наличие дополнительных услуг	1,0	0,12	
имидж	1,15	0,08	

– качество услуги состоит из двух показателей: скорости передачи и уровня шума в канале, которые составляют соответственно 1,7 и 0,5 единиц. Скорость передачи, которая полностью удовлетворяет потребителя, равняется 2,0 единиц, а уровень шума – 0,7;

– цена услуги – 3,6;

– цена базовой услуги – 3,9;

– весомость услуги с потребительской новизной для потребителя составляет 1; 0,5 и 0 соответственно для случаев: когда новые или улучшенные показатели имеют значение для потребителя; когда потребитель еще не осознал значение для себя этих показателей; когда эти показатели не имеют значения для потребителей;

– на основе опроса потребителей получены такие результаты: количество потребителей, для которых новые показатели имеют значение – 840; количество потребителей, для которых эти показатели не имеют значения – 260; общее количество опрошенных потребителей составляет 1650 чел. *

* К значению «общее количество опрошенных» добавить 20, умноженное на последнюю цифру в номере зачетной книжки.

Задача 3. На основании приведенных ниже данных (табл. 7.2) необходимо определить конкурентоспособность предприятия, которая определяется с учетом конкурентоспособности услуг (КСП) и весомости рынков, на которых реализуются услуги.

Таблица 7.2

Исходные данные для расчета конкурентоспособности оператора связи

Показатели	Рынок развитых стран				Другие рынки				Внутренний рынок			
	А	В	С	Д	А	В	С	Д	А	В	С	Д
Услуга оператора												
Уровень КСП	0,5	0,6	0,7	0	0,6	0,7	0,8	0,4	0,7	0,8	0,9	0,7
Объем реализации услуг* (тыс. ед.)	1,1	1,4	1,5	-	1,7	1,9	2,1	0,8	2,0	2,3	2,5	2,0
Весомость рынка	1,0	1,0	1,0	1,0	0,7	0,7	0,7	0,7	0,5	0,5	0,5	0,5

* К значению «объем реализации услуг на внутреннем рынке» добавить 50, умноженное на последнюю цифру в номере зачетной книжки.

Задача 4. На основании данных (табл. 7.3) определить интегральный показатель конкурентоспособного потенциала операторов связи, их позиции на рынке, определить наиболее эффективные пути повышения конкурентоспособности каждого оператора.

Таблица 7.3

Исходные данные для определения интегрального показателя конкурентоспособного потенциала операторов связи

Элементы конкурентоспособного потенциала	Оценки элементов операторов-конкурентов					Весовой коэффициент потенциала*
	А	В	С	Д	Е	
Производственный	5,2	4,5	4,8	5,6	5,1	0,12
Инновационный	6,0	4,4	5,8	4,6	5,2	0,15
Финансовый	7,8	6,4	6,5	5,5	6,3	
Маркетинговый	4,6	4,3	5,4	4,2	5,0	0,13
Управленческий	4,5	4,2	4,6	4,8	4,3	0,11
Мотивационный	4,8	4,5	4,4	4,3	4,6	0,10
Коммуникационный	2,6	3,8	3,7	3,2	3,4	0,08
Трудовой	4,5	4,0	4,2	4,6	4,3	0,08

* К значению «Весовой коэффициент» трудового потенциала добавить 0,01, умноженное на последнюю цифру в номере зачетной книжки

8 РЕКОМЕНДАЦІЇ ПО РОБОТІ З СУЧАСНОЮ ЛІТЕРАТУРОЮ В ОБЛАСТІ КОНКУРЕНЦІЇ ТА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Вивчення дисциплін «Конкурентоспроможність підприємства» та «Управління конкурентоспроможністю підприємства» передбачає, що студенти вже мають певний теоретичний фундамент з низки дисциплін, що присвячені основам економічної науки («Економічна теорія», «Мікроекономіка» та ін.). Зокрема, на цьому підґрунті у студентів вже є уявлення про природу конкуренції, розуміння її взаємозв'язку з іншими елементами ринкової системи, знання про види конкуренції, різні ринкові структури, що відрізняються за ступенем її інтенсивності, методи конкурентної боротьби, особливості функціонування компаній у різних ринкових умовах, характер їх взаємовідносин з конкурентами, споживачами, державою тощо. Особливістю дисциплін «Конкурентоспроможність підприємства» та «Управління конкурентоспроможністю підприємства» є поєднання теоретичних та прикладних знань в області конкуренції та конкурентоспроможності підприємства з метою їх практичного застосування.

Кожному студенту слід розуміти, що галузь зв'язку, для якої ОНАЗ ім.О.С.Попова проводить підготовку фахівців вже майже 100 років, сьогодні відрізняється неабиякою швидкістю змін. Завдяки навчанню в академії ми отримуємо фундаментальні знання про явища та процеси, що відбуваються у

світі. Але сьогодні без додаткового самонавчання вже достатньо складно буде стати затребуваним фахівцем на довгострокову перспективу. Отже, паралельно із вивченням теоретичних положень, виконанням практичних завдань, які студенти отримують на заняттях в аудиторії, дуже важливим для освоєння предметів зі своєї спеціальності є самостійна робота з джерелами професійної літератури.

Шановні студенти-старшокурсники! Більшість того, що ви будете читати й аналізувати для самостійного вивчення, будуть перевіряти вже не викладачі, а саме життя. Отож, не зволікайте часом і під час відведених часів на навчання в академії закріплюйте фундаментальні знання вправами, читайте професійні видання та проводьте моніторинг змін в обраній області знань.

Першим кроком у вивченні предмета є ведення конспекту на базі рекомендованої основної й додаткової літератури. До речі, сьогодні часто зустрічається думка, що у XXI столітті конспект є необов'язковим, адже будь-яку інформацію можна прочитати в Інтернеті. Ця ідея дуже подобається багатьом студентам, оскільки «полегшує» їх процес навчання. Наявність електронного конспекту також зменшує студентське навантаження і звільняє час для інших справ. Але треба розуміти, що відказ від ведення конспекту – це пастка, яка рано чи пізно обернеться низкою проблем. Мова йде не тільки про конспект, який надається лектором, а й про особисті нотатки студентів під час детального вивчення окремих питань. Під час самостійного ведення конспекту ми тренуємо свої здібності знаходити і вивчати інформацію, аналізувати прочитане, відділяти головне від другорядного, реально від уявного, розуміти зв'язки між причинами та наслідками, розбиратись у сутності явищ та процесів, бачити різні форми їх прояву у дійсності, перетворювати складне у просте, щоб потім довести інформацію до інших. Сьогодні кожен день висуває нам різні завдання, й без розвинених компетенцій по роботі з інформацією, вирішити їх буде дуже складно.

Другий крок – це робота із законодавчими документами, періодичними виданнями, професійними інформаційними порталами у мережі Інтернет. Наприклад, на сайті <http://zakon3.rada.gov.ua/laws> можна ознайомитись з архівом документів та найновішими надходженнями у Законодавстві України. Зокрема, слід взяти до уваги такі документи:

Закон України «Про захист економічної конкуренції»	http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2210-14
Закон України «Про захист від недобросовісної конкуренції»	http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/236/96-%D0%B2%D1%80

Серед офіційних веб-порталів з питань, які входять у коло предметів «Конкурентоспроможність підприємства» та «Управління конкурентоспроможністю підприємства», перш за все, необхідно знати про такі джерела:

Міністерство економічного розвитку і торгівлі України	http://me.gov.ua/?lang=uk-UA
Антимонопольний комітет України Журнал «Конкуренція. Вісник Антимонопольного комітету України»	http://www.amc.gov.ua/amku/control/main/uk/index http://www.amc.gov.ua/amku/control/main/uk/doccatalog/list?currDir=95301
Державна служба статистики України	http://www.ukrstat.gov.ua/
Комітет з питань інформатизації та зв'язку Верховної Ради України	http://komit.rada.gov.ua/
Національна комісія, що здійснює державне регулювання у сфері зв'язку та інформатизації	http://www.nkrzi.gov.ua/
Державна служба спеціального зв'язку та захисту інформації України	http://www.dsszzi.gov.ua/dsszzi/control/uk/index

Для розширення уявлення про питання, що вивчаються в предметах, корисно читати статті у наукових фахових виданнях, занотовувати цікаві моменти. Так, дослідження про конкуренцію та різні аспекти конкурентоспроможності підприємств можна зустріти у низці економічних журналів, а саме: «Економіка України», «Економіка і прогнозування», «Ефективна економіка», «Економіст», «Бізнес Інформ», «Стратегія економічного розвитку України» та у багатьох інших. Для пошуку окремих питань зручно користуватись пошуковим вікном Google Академії <https://scholar.google.com.ua/>. Наприклад, у пошуковій системі за ключовими словами «методи оцінки конкурентоспроможності», «конкурентні переваги», «конкурентні стратегії» можна знайти десятки тисяч статей у професійних виданнях. Також слід пам'ятати, що використання різних мов при пошуку нових матеріалів значно розширить уяву про поточний стан справ в обраній області знань.

Слід зазначити, що низка питань, які вивчаються у предметах «Конкурентоспроможність підприємства» та «Управління конкурентоспроможністю підприємства» є настільки актуальними, що без їх обговорення сьогодні не обходиться жоден діловий захід міжнародного, національного та корпоративного масштабів. Зокрема, це стосується питання конкурентних стратегій. Через широку популяризацію бізнес-тренінгів та бізнес-літератури ці інформаційні хвилі доходять й до студентської молоді. І тут дуже важливо навчитись відрізняти високоякісну фахову літературу від так званих бестселерів, які підготовлені для реалізації комерційного інтересу.

Безсумнівним плюсом окремих бізнес-книг є доступність і зрозумілість викладу відомих методів та ідей, розглянутих у класичних працях з проблеми конкуренції, а також наведення цікавих і корисних прикладів успішних

інновацій компаній зі значної кількості галузей. Гучні назви пропонованих концепцій та стратегій (наприклад, «Стратегія блакитного океану», «Чорний лебідь. Під знаком непередбачуваності» та ін.), привертають увагу читачів, але детальний аналіз цих робіт показує, що віднесення їх до наукових теорій, щонайменше, є дискусійним.¹

Отже, розширюючи свій читацький діапазон ділової літератури, слід враховувати, що отриману інформацію необхідно критично осмислювати і перевіряти. Також слід розуміти, що наведені у популярних книгах приклади реалізації різноманітних конкурентних стратегій стосуються конкретних ситуацій і повністю не можуть бути повторені іншими компаніями в інших країнах з іншою політико-економічною системою, іншим технологічним укладом, іншою культурою, цінностями і т.ін.

Важливою складовою процесу освоєння дисциплін «Конкурентоспроможність підприємства» та «Управління конкурентоспроможністю підприємства» є моніторинг галузевих новин, звітів міжнародних організацій та компаній. У мережі Інтернет за кожною сферою економічної діяльності створені інформаційні портали, які майже щодня оновлюються новими повідомленнями у тій або іншій галузі. Періодичний перегляд (наприклад, один-два рази на тиждень) ключових інформаційних видань з обраної тематики дозволить бути обізнаним про стан справ даної галузі, бачити перспективи тих або інших трендів і приймати відповідні рішення як споживач, співробітник або керівник компанії.

Нижче дамо перелік деяких активно діючих на даний час інформаційних порталів України, які висвітлюють різні аспекти сфери інформаційних та комунікаційних технологій.

Український інформаційний ресурс про ІТ	http://itc.ua
Компанія «Делойт» в Україні	https://www2.deloitte.com/ua/uk
Асоціація «ІТ України»	http://itukraine.org.ua/
Видавничий дім «СофтПрес» (журнали «Hi-tech», «Телемир», «Телеком», Всеукраїнський тижневик для зв'язківців та їхніх партнерів «Зв'язок» та ін.)	https://hi-tech.ua/catalog/
Новини ІТ-компаній, бізнесу, Е-комерції	http://igate.com.ua/
Український телекомунікаційний портал «PortalTele»	https://portaltele.com.ua/
Інтернет-видання «ІТ Expert»	http://itexpert.org.ua/
«Київстар Бізнес» Дайджест	https://hub.kyivstar.ua/

¹ Більш детально про цю проблему можна прочитати у працях: [Гранатуров В.М., Кораблінова І.А. Сучасні концепції розвитку компаній: pro et contra / В.М. Гранатуров, Кораблінова І.А. // Вісник Хмельницького національного університету. – 2016. – № 4. – Т. 2. – С. 67 – 75; Гранатуров В.М., Кораблінова І.А. Концепція «чорного лебедя»: противоречия и применимость в современном бизнесе / В.М. Гранатуров, І.А. Кораблінова // Економіка України. – 2017. – № 2 (663). – С. 86 – 98].

З метою розширення уявлення про стан розвитку сфери інформаційних та комунікаційних технологій у світі слід звернути увагу на звіти міжнародних організацій та консалтингових агенцій, зокрема такі:

Міжнародний союз електрозв'язку (МСЕ)	http://www.itu.int
Організація економічного співробітництва та розвитку (ОЕСР)	http://www.oecd.org
Всесвітній економічний форум (ВЕФ)	https://www.weforum.org
Міжнародна консалтингова компанія Gartner, яка спеціалізується на дослідженнях у сфері ІТ та ін.	www.gartner.com
Bloomberg – міжнародний постачальник фінансової інформації та ін.	https://www.bloomberg.com
Міжнародна консалтингова компанія McKinsey & Company, що спеціалізується на рішеннях в області стратегічного управління та ін.	www.mckinsey.com

Дотримуючись наведених рекомендацій, крім закріплення та розширення знань з дисциплін «Конкурентоспроможність підприємства» та «Управління конкурентоспроможністю підприємства», студенти самостійно та при консультуванні викладачем сформулюють необхідні компетенції по роботі з професійною інформацією. Для подальшого їх розвитку рекомендується брати участь у дискусіях із колегами на семінарах, конференціях, у студентських наукових гуртках, що, у свою чергу, допоможе розвинути комунікаційні навички та інші важливі компетенції майбутнього фахівця.

Навчально-методичне видання

*Гранатуров В.М.,
Кораблінова І.А.*

**Методичні вказівки
до самостійного вивчення дисциплін**

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА.

**УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ
ПІДПРИЄМСТВА**

для студентів усіх форм навчання за спеціальностями
051 «Економіка» та 073 «Менеджмент»

Редактор *Кодрул Л.А.*
Верстання *Гардиман Ж.А.*

Підписано до друку
Формат 60/88/8 Обсяг 2,5 друк. арк.
Тираж 50 прим. Зам. №
Віддруковано в редакційно-видавничому центрі ОНАЗ ім. О.С. Попова
м. Одеса, вул. Ковалевського, 5
Тел. 7050 494
© ОНАЗ, 2017