

20. Оберіть типові стратегії досягнення конкурентних переваг під час реалізації програми підвищення конкурентоспроможності підприємства:

а) фінансового, матеріально-технічного, інвестиційно-інноваційного та інтелектуально-кадрового забезпечення;

б) скорочення витрат, підвищення ліквідності та платоспроможності, оптимізація кадрового складу, збільшення частки на ринку;

в) лідерство за витратами, широка диференціація, оптимізація витрат, охоплення цільового сегмента ринку;

г) оптимізації операційних витрат, підвищення прибутковості, адаптація до конкурентного середовища, поліпшення мотивації праці, підвищення рівня відповідальності.

Практичні завдання

Завдання 1

На ринку мийних засобів зосереджено три великі підприємства. Дані про них згруповано у таблиці.

Завдання:

- визначити конкурентні позиції підприємств на ринку;
- розробити програму підвищення конкурентоспроможності підприємства, обравши напрямками показники діяльності підприємств у наведеній таблиці.

Вихідні дані для визначення конкурентних стратегій підприємства

Показники	Бали						Значимість показників
	0-5	6-20	21-40	41-60	61-80	81-100	
Рентабельність підприємства			☆	⊗	⊙		0,25
Ефективність маркетингу			⊗	⊙	☆		0,20
Темпи зростання частки ринку			⊙	☆	⊗		0,15
Рівень використання виробничих потужностей			☆	⊗ ⊙			0,05
Рівень якості продукції				⊗	☆	⊙	0,30
Рівень собівартості продукції				⊙	☆	⊗	0,05

Примітка: ⊗ – підприємство 1, ☆ – підприємство 2, ⊙ – підприємство 3.

Література: 1-3, 5, 6, 11, 12, 17-20, 25, 26, 29-31, 34-41, 45-62.

Тема 12. Обґрунтування вибору стратегії як інструмента управління конкурентоспроможністю підприємства

План семінарського заняття

1. Вибір конкурентної стратегії, що відповідає стану конкурентного середовища
2. Модель розвитку стратегічного потенціалу підприємства
3. Моделювання конкурентної боротьби інтегрованих структур бізнесу
4. Розробка системи заходів щодо підтримки й розвитку конкурентних переваг

Запитання для самоконтролю

1. Що розуміється під конкурентною стратегією?
2. Що таке ключові фактори успіху? Які існують основні види ключових факторів успіху?
3. Які умови необхідні для успішної реалізації стратегії лідерства з витрат?
4. У чому полягає сутність стратегії диференціації?
5. Які існують джерела диференціації;
6. Які особливості стратегії оптимальних витрат?
7. На чому має ґрунтуватися вибір стратегії фокусування?
8. У чому полягає різниця між стратегією широкої диференціації й сфокусованою стратегією диференціації?
9. У чому полягає суть матриці «аналіз прихильності»?
10. Що покладено в основу класифікації конкурентних стратегій, запропонованої Ф. Котлером?
11. Які основні характерні риси конкурентних стратегій, запропонованих Ф. Котлером?
12. Наведіть приклади наступальних та оборонних стратегій. Які можливі реакції з боку конкурентів на їх реалізацію?
13. Від яких факторів залежить формування стратегії розвитку стратегічного потенціалу підприємства?
14. Які моделі боротьби за існування було покладено у моделювання конкурентної боротьби інтегрованих структур бізнесу?
15. Охарактеризуйте матрицю визначення моделі поведінки конкурентних інтегрованих структур бізнесу в стратегічних зонах господарювання залежно від типу взаємодії.

Теми рефератів

1. Основні підходи до управління конкурентоспроможністю товару.
2. Сутність комплексного підходу до управління конкурентоспроможністю товару.
3. Специфіка відтворювально-еволюційного підходу до управління конкурентоспроможністю товару.
4. Перспективні шляхи забезпечення конкурентоспроможності продукції українських підприємств.
5. Чинники, що визначають рівень конкурентоспроможності підприємства.

6. Ключові аспекти забезпечення конкурентоспроможності підприємства.

7. Принципи оцінки рівня конкурентоспроможності підприємства.

8. Етапи аналізу, оцінки та, в цілому, управління конкурентоспроможністю підприємства

Тести

1. Ринкова частка конкурента визначається відношенням:

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

2. При аналізі товарної політики конкурентів у першу чергу вивчаються такі питання:

а) як часто пересікаються сегменти споживачів, що користуються товаром конкурента;

б) чому споживач віддає перевагу товару конкурента;

в) як реалізує відходи виробництва конкурент.

3. Динаміка цін конкурента визначається його стратегією ціноутворення і переслідує такі цілі:

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

4. Коефіцієнт взаємної еластичності визначається відношенням:

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

5. При аналізі фінансової стабільності конкурентів вивчаються такі показники:

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

6. Головними способами отримання інформації щодо конкурентів є:

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

7. Джерела інформації для аналізу конкурентного середовища:

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

8. Ринкова частка конкурента визначається відношенням:

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

9. При аналізі товарної політики конкурентів у першу чергу вивчаються такі питання:

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

10. Динаміка цін конкурента визначається його стратегією ціноутворення і переслідує такі цілі:

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

11. Коефіцієнт взаємної еластичності визначається відношенням:

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

12. При аналізі фінансової стабільності конкурентів вивчаються такі показники:

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

13. Головними способами отримання інформації щодо конкурентів є:

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

14. Джерела інформації для аналізу конкурентного середовища:

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

15. Конкуренція є головним регулятором економіки з таких причин :

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

Література: 2, 9, 11, 17, 18, 22, 30, 31, 34-41, 45-62.