

МІЖРЕГІОНАЛЬНА
АКАДЕМІЯ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ



МАУП

**НАВЧАЛЬНА ПРОГРАМА
дисципліни**

“ТЕОРІЯ І ПРАКТИКА КОНКУРЕНЦІЇ”

**(для спеціалістів спеціальності “Фізичне
виховання” спеціалізації “Охоронна діяльність”)**

МАУП

Київ 2005



Підготовлено *Н. Г. Горбачовою*

Затверджено на засіданні кафедри управління фізичною культурою та спортом (протокол № 8 від 14.03.05)

Схвалено Вченою радою Міжрегіональної Академії управління персоналом

Горбачова Н. Г. Навчальна програма дисципліни “Теорія і практика конкуренції” (для спеціалістів спеціальності “Фізичне виховання” спеціалізації “Охоронна діяльність”). — К.: МАУП, 2005. — 15 с.

Навчальна програма містить пояснювальну записку, навчально-тематичний план, програмний матеріал до вивчення дисципліни “Теорія і практика конкуренції”, контрольні питання, а також список рекомендованої літератури.

ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

Конкуренція є однією з основних категорій ринкових відносин. Для її підтримки і свободи державою передбачений комплекс правових засобів, зокрема заборона монополістичної діяльності та несумлінної конкуренції, створення умов для ринкової змагальності та ін. Разом з тим свобода конкуренції не абсолютна. Її межі полягають у тому, що поряд із правом на конкуренцію існує відповідальність підприємства за законність і безпеку здійснення власної діяльності, а також повага аналогічного права інших підприємств на вільне здійснення промислу, неприпустимість несумлінної конкуренції і монопольних зловживань.

Для підприємницької діяльності зазвичай характерний високий ступінь розвитку конкурентних відносин. Аналіз діяльності конкурентів і розробка конкретних дій щодо основних суперників іноді дають ефективніші результати, ніж значне реальне зростання в певному сегменті ринку. Знаючи переваги й недоліки конкурентів, можна оцінити їх потенціал, цілі, теперішню і майбутню стратегії. Це, у свою чергу, дасть змогу максимально точно зорієнтуватися у слабких місцях конкурентів, розширити власні переваги в конкурентній боротьбі.

Практично всі значні маркетингові успіхи відомих підприємств, фірм ґрунтуються на концентрації зусиль на слабких місцях конкурентів. Виявлення сильних і слабких сторін як власних, так і конкурентів, з одного боку, сприяє уникненню найгостріших форм конкуренції, з іншого — забезпечує точний розрахунок власних сил і виваженість дій.

Разом з тим теорія конкуренції не підмінює дисципліни, що вивчають різні аспекти діяльності підприємств: менеджмент, маркетинг та ін. Специфіка підходу теорії конкуренції до проблеми підвищення конкурентоспроможності полягає в тому, що вона допомагає спрямувати зусилля з удосконалення діяльності підприємства в русло ефективної, вигідної саме для нього стратегії конкурентної боротьби. Тому що принцип компенсації діє й у цій сфері: немає організації, чия діяльність довершена з усіх боків. Підприємство, прагнучи поліпшити діяльність, повинно знати, які параметри є вирішально важливими, а які другоряд-

ними, яких заходів слід вживати в боротьбі з несумлінною конкуренцією.

Мета вивчення курсу “Теорія і практика конкуренції” — здобути необхідні знання в галузі теорії і практики конкуренції, сформувані уявлення про сучасні методи, які застосовуються державою і конкуруючими підприємствами в боротьбі за клієнта, добробут і дохід, ознайомитись з ознаками, формами і методами несумлінної конкуренції, принципами забезпечення безпеки діяльності економічної структури в умовах конкурентної боротьби.

НАВЧАЛЬНО-ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН
вивчення дисципліни
“ТЕОРІЯ І ПРАКТИКА КОНКУРЕНЦІЇ”

№ пор.	Назва теми
1	Роль конкуренції в ринковій економіці
2	Конкурентоспроможність і методи її досягнення
3	Конкурентні стратегії у сфері великих стандартних виробництв (фірми-віоленти)
4	Конкурентні переваги вузької спеціалізації (фірми-патієнти)
5	Конкурентна стратегія у сфері радикальних інновацій (фірми-експлеренти)
6	Конкурентні стратегії у сфері малого неспеціалізованого бізнесу (фірми-комутанти)
7	Оцінка конкурентної позиції
8	Вибір сфери діяльності та переваг
9	Економіка як співробітництво конкуруючих компаній
10	Особливості конкурентних відносин в Україні

ПРОГРАМНИЙ МАТЕРІАЛ
до вивчення дисципліни

“ТЕОРІЯ І ПРАКТИКА КОНКУРЕНЦІЇ”

Тема 1. Роль конкуренції в ринковій економіці

Конкуренція як системоутворювальний елемент ринкової економіки. Фірма як основний суб'єкт конкуренції. Огляд історії фірми. Поняття фірми. Функції фірми. Ринок і ринкові ніші. Фундаментальна і реалізована ніші фірми. Поняття ринку. Неоднорідність попиту і сегментація ринку. Поняття ринкової конкуренції. Поняття конкуруючих фірм. Несумлінна конкуренція (форми, методи, законодавча протидія).

Література [3; 6–9; 12; 18, 22–26]

Тема 2. Конкурентоспроможність і методи її досягнення

Цінність товару для споживача і методи її підвищення. Поняття конкурентоспроможності. Цінність товару для інституціонального споживача. Зв'язок конкурентоспроможності й споживчої цінності. Фактори формування споживчої цінності. Цінність товару для фізичних осіб. Принцип компенсації для продуктів і фірм. Зв'язок властивостей товарів і характеристик фірм з виробництва товарів. Поле конкурентних стратегій. Бізнес стандартний і спеціалізований. Чотири базові стратегії конкуренції. Основні теорії стратегій конкурентної боротьби. Диференціація ринкових ніш. “Життєвий цикл” фірми.

Література [2; 5–13; 15; 16; 18–21; 23; 24; 26]

Тема 3. Конкурентні стратегії у сфері великих стандартних виробництв (фірми-віоленти)

База і межі ефективності великого виробництва. Попит на стандартні товари. Історичні підтвердження ефективності великих фірм. Економія на масштабах виробництва. Недостатність традиційної теорії економії на масштабах виробництва для по-

яснення ефективності великих фірм. Умовні й безумовні фіксовані витрати. Стратегія обслуговування масового попиту. Проблема завантаження потужностей. Створення стимулів для споживача. Внутрішній фірмовий механізм самообмеження монополістичних зловживань. Стратегія придушення конкурентів. Піраміда компаній. Позиції лідера й віце-лідерів на ринку. “Перевага першого ходу” за А. Чендлером. Еволюційний шлях віолента. Три напрями інвестицій великої фірми за А. Чендлером. Фірми-“леви”, фірми-“слони” й фірми-“бегемоти”. Тактика “спритного другого”. “Життєвий цикл” віолента. Роль диверсифікованості в розвитку великої фірми.

Література [11; 21; 23; 24; 26]

Тема 4. Конкурентні переваги вузької спеціалізації (фірми-патієнти)

Диференціація продукту як ефективний спосіб боротьби за споживача. Переваги диференційованого продукту. Диференціація продукту і підвищення його цінності для споживача. Чинники диференціації товарів. Стратегія спеціалізованих фірм у боротьбі з конкурентами. Значення обмеження розмірів ринкового сегмента. Принцип конкурентного виключення. Можливість ринкового лідерства для малих фірм. Еволюційний шлях фірми-“лисиці” (патієнта). Способи формування ніші за М. Портером. Зрілість патієнта та її проблеми. Причини, методи і ризики зміни стратегії патієнтом.

Література [7–9; 23; 24; 26]

Тема 5. Конкурентна стратегія у сфері радикальних інновацій (фірми-експлеренти)

Радикальні інновації як шлях до вільних від конкурентів ринків. Історична роль малих фірм (експлерентів) у НТП. Теорія розвитку Й. Шумпетера. Підприємець і нові комбінації. Відмінності проривного і поліпшуючого НТП. Переваги малих фірм-експлерентів у сфері проривного НТП. Проблема фінан-

сування піонерських проектів. Еволюція фірми-“ластівки” (експлерента). Доринковий етап. Цінність для споживача нового товару. Етапи ринкового успіху і масового виробництва. Причини, методи і ризику зміни стратегії експлерентом.

Література [7–9; 23; 24; 26]

Тема 6. Конкурентні стратегії у сфері малого неспеціалізованого бізнесу (фірми-комутанти)

Локальні потреби та їх роль на ринку. Основні ознаки локальних потреб. Сполучна роль в економіці дрібних фірм-комутантів. Стратегія малого бізнесу в боротьбі з конкурентами. Гнучкість як центральний елемент конкурентної стратегії комутантів. Партизанський маркетинг. Різновиди фірм-“мишей” (комутантів). Малий бізнес традиційного типу. Комутанти-субпостачальники. Конкурентне витіснення неефективного великого виробництва малим бізнесом. Комутанти-наслідувачі. Небезпека зростання для малої фірми і її стратегічні слабкості.

Література [7–9; 23; 24; 26]

Тема 7. Оцінка конкурентної позиції

Ринок. Розуміння сутності конкурентних ринків: структура і привабливість. Ринки з позиції споживачів: перспективи попиту. Ринки з позиції конкурентів: перспективи пропонування. Пошук привабливих сегментів. Ідентифікація можливих продуктових і споживчих груп. Добір споживчих сегментів. Тестування сегментів на відповідність стратегії. Ринкова привабливість. Створення економічної цінності. Пряме суперництво конкурентів. Погроза з боку потенційних конкурентів. Споживча стійкість. Погроза з боку субститутів. Комбінування чинників для оцінки привабливості. Вплив чинників ринку на прибутковість. Оцінювання переваг. Перспективи конкурентних стратегій. Концепція конкурентної переваги. Джерела переваги. Позиції, що забезпечують переваги. Показники функціонування. Ключові чинники забезпечення успіху. Оцінки, орієнтовані на споживача.

Оцінки, орієнтовані на конкурентів. Інтегровані оцінки конкурентних переваг.

Література [11; 16; 19; 23; 24; 26]

Тема 8. Вибір сфери діяльності та переваг

Прийняття рішення, як здійснювати конкуренцію. Стратегії здійснення конкуренції. Стратегії збільшення споживчої цінності. Стратегії конкуренції на основі витрат. Конкурентні стратегії, що змінюються. Прийняття рішення, де конкурувати: сфокусованість на перевагах і їх підтримання. Стратегії із сегментною сфокусованістю. Вибір ступеня охоплення ринку. Підтримання переваги. Одержання доступу до ринків. Дії на глобальних ринках. Оцінка масштабів глобалізації. Вибір стратегії для глобальної конкуренції. Реалізація глобальних стратегій. Подолання ускладнень глобального характеру.

Література [16; 23; 24; 26; 29]

Тема 9. Економіка як співробітництво конкуруючих компаній

Конкуренція і структура сучасного ринку. Поняття конкурентного співробітництва фірм. Взаємозв'язок конкуренції і монополізації. Співробітництво фірм і проблема стійкості економіки. Конкуренція і проблема якості ринку. Конкуренція і НТП. Етапи НТП і роль у їх зміні різних конкурентних стратегій. Види нововведень і їх порівняльне значення в ринковій економіці. Особлива роль малих інновацій. Конкурентоспроможність співробітництва фірм і міжнародна конкурентоспроможність націй. Поняття кластера за М. Портером. Формування, склад і роль кластерів для економіки. Транснаціональні корпорації як фірми, що дотримуються ефективної змішаної стратегії. Позитивні й негативні впливи транснаціональних корпорацій на економіку.

Література [4; 23; 24; 26; 27; 29]

Тема 10. Особливості конкурентних відносин в Україні

Об'єктивні закони конкуренції і їх дія при соціалізмі. Не-конкурентна економіка і відсутність природного співробітництва компаній. Особлива роль великих підприємств, їх досягнення і провали в соціалістичну епоху. Співробітництво компаній у період трансформації економіки. Перехід придушеної конкуренції до відкритої форми. Приватизація, роздержавлення, грондерство. Відсутність гармонійного співробітництва компаній. Двоїста роль іноземної конкуренції. Перспективи розвитку українських компаній. Тенденції розвитку основних типів фірм у постсоціалістичну епоху. Роль держави у формуванні ефективного співробітництва компаній.

Література [1; 17; 28; 30; 31]

КОНТРОЛЬНІ ПИТАННЯ

1. Визначення поняття “конкуренція”.
2. Основне значення конкуренції.
3. Основні ознаки конкурентної ситуації.
4. Визначення поняття “чиста конкуренція”.
5. Сумлінна конкуренція.
6. Несумлінна конкуренція та її методи.
7. Законодавство України з питань конкуренції.
8. Форми несумлінної конкуренції.
9. Забезпечення безпеки діяльності економічної структури в умовах конкурентної боротьби.
10. Аналіз конкурентів за М. Портером і його компоненти.
11. Роль конкуренції в ринковій економіці.
12. Конкуренція як системоутворювальний елемент ринкової економіки.
13. Фірма як основний суб'єкт конкуренції.
14. Поняття конкуруючих фірм.
15. Конкурентоспроможність і методи її досягнення.
16. Визначення інтенсивності конкуренції.
17. Визначення конкурентоспроможності.
18. П'ять сил конкуренції за М. Портером.

19. Чотири базові стратегії конкуренції.
20. Основні теорії стратегій конкурентної боротьби.
21. Конкурентні стратегії у сфері великого стандартного виробництва (фірми-віоленти).
22. Умови існування вільної конкуренції.
23. Стратегія придушення конкурентів фірмами-віолентами.
24. Суть принципу “невидимої руки” А. Сміта.
25. Запас конкурентоздатності товару (послуги).
26. Конкурентні переваги вузької спеціалізації (фірми-патієнти).
27. Стратегія спеціалізованих фірм у боротьбі з конкурентами.
28. Конкурентні стратегії у сфері радикальних інновацій (фірми-експлеренти).
29. Конкурентні стратегії у сфері малого неспеціалізованого бізнесу (фірми-комутанти).
30. Стратегія малого бізнесу в боротьбі з конкурентами.
31. Конкурентне витіснення неефективного великого виробництва малим бізнесом.
32. Чинники формування споживчої цінності.
33. Оцінка конкурентної позиції.
34. Розуміння сутності конкурентних ринків: структура і привабливість.
35. Ринки з позицій конкурентів: перспективи пропозиції.
36. Радикальні інновації як шлях до вільних від конкурентів ринків.
37. Пряме суперництво конкурентів.
38. Погрози з боку потенційних конкурентів.
39. Перспективи конкурентних стратегій.
40. Концепція конкурентної переваги.
41. Інтегровані оцінки конкурентної переваги.
42. Прийняття рішення, як здійснювати конкуренцію.
43. Стратегії здійснення конкуренції.
44. Стратегії конкуренції на основі витрат.
45. Конкурентні стратегії, що змінюються.
46. Прийняття рішення, де конкурувати: сфокусованість на перевагах і їх підтриманні.

47. Вибір стратегії глобальної конкуренції.
48. Економіка як співтовариство конкуруючих компаній.
49. Чинники підвищення конкурентоспроможності.
50. Поняття конкурентного співробітництва фірм.
51. Взаємозв'язок конкуренції і монополізації.
52. Конкуренція і проблема якості ринку.
53. Конкуренція і науково-технічний прогрес.
54. Етапи НТП і роль у їх зміні конкурентних стратегій.
55. Конкурентоспроможність співробітництва фірм і міжнародна конкурентоспроможність націй.
56. Особливості конкурентних відносин в Україні.
57. Об'єктивні закони конкуренції і їх дія при соціалізмі.
58. Неконкурентна економіка і відсутність природного співробітництва компаній.
59. Умови-ознаки монополістичної конкуренції.
60. Перехід придушеної конкуренції до відкритої форми.
61. Особлива роль цінової конкуренції в Україні.
62. Поняття кластера за М. Портером. Формування, склад і роль кластерів для економіки.
63. Визначення поняття "національне співробітництво компаній".
64. Витіснення конкурентів.
65. Масовий ринок як арена інтенсивної конкуренції корпорацій.
66. "Перевага першого ходу" за А. Чендлером.
67. Умови прояву монополістичних зловживань.
68. Природні монополії.
69. Експлерентна (піонерська) стратегія конкурентної боротьби.
70. Комутантна (приспосовувальна) стратегія конкурентної боротьби.
71. Патієнтна (нішева) стратегія конкурентної боротьби.
72. Віолентна (силова) стратегія конкурентної боротьби.
73. Визначення споживчої цінності товару (послуги).
74. Зв'язок споживчої цінності й конкурентоспроможності.
75. Матриця Х. Хінтерхубера.
76. Стратегічне ядро компанії і оцінка його стану.

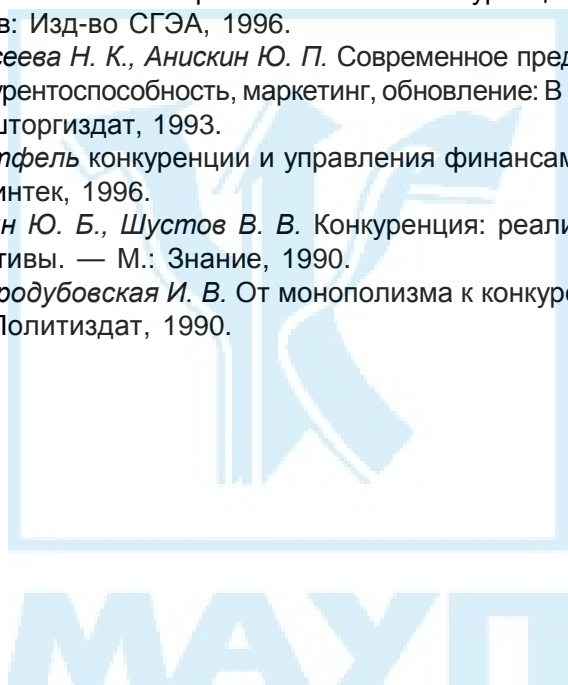
77. Принцип конкурентного виключення.
78. Теорія розвитку Й. Шумпетера.
79. Конкурентні переваги транснаціональних корпорацій.
80. Визначення стану конкуренції в галузі (на ринку).
81. Індекс Герфендаля як показник стану конкуренції на ринку.
82. Ринок, ринкові ніші та їх диференціація.
83. Цінність товару для споживача і методи її підвищення.
84. Причини, методи і ризики зміни конкурентної стратегії.
85. Етапи науково-технічного прогресу і роль у їх зміні конкурентних стратегій.
86. Класифікація конкурентних стратегій. Матриця М. Портера.
87. Поняття індукованої неконкурентоспроможності.
88. Тест-таблиці Х. Вільдемана як ефективний спосіб визначення особливостей ринку і найважливіших факторів конкурентоспроможності залежно від вибраної конкурентної стратегії.
89. Принципи вибору конкурентної стратегії і основних правил її здійснення.
90. Поняття міжнародної конкуренції.

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Закон України “Про захист економічної конкуренції”. — К., 2001.
2. Уотерман Р. Фактор обновления: как сохраняют конкурентоспособность лучшие компании. — М.: Прогресс, 1988.
3. Чемберлин Э. Теория монополистической конкуренции. — М.: Экономика, 1995.
4. Портер М. Международная конкуренция. — М.: Междунар. отношения, 1993.
5. Вайсман А. Стратегия маркетинга: 10 шагов к успеху. — М.: Экономика, 1995.

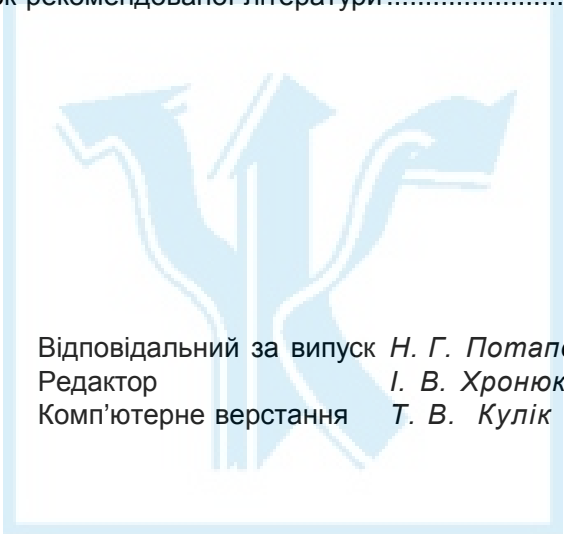
6. *Дэй Дж.* Стратегический маркетинг: как завоевать и удерживать лидерские позиции в эпоху глобальной конкуренции. — М.: Изд-во ЭКСМО, 2002.
7. *Котлер Ф.* Основы маркетинга. — М.: Прогресс, 1990.
8. *Райс Э., Траут Д.* Маркетинговые войны. — СПб.: Питер, 2000.
9. *Амблер Т.* Практический маркетинг. — СПб.: Питер, 2000.
10. *Маккей Х.* Как уцелеть среди акул (опередить конкурентов в умении продавать, руководить, стимулировать, заключать сделки). — М.: Экономика, 1991.
11. *Галиарди Г., Сунь-Цзы.* Искусство войны и искусство управления. — СПб.: Издат. дом “Нева”, 2002.
12. *Дурович А. П.* Маркетинг в предпринимательской деятельности // Финансы, учет, аудит. — 1997.
13. *Дурович А. П.* Конкурентоспособность товаров в системе маркетинга. — Минск: Изд-во БГЭУ, 1993.
14. *Дурович А. П.* Обеспечение конкурентоспособности товаров. — Минск: Изд-во БГЭУ, 1994.
15. *Дурович А. П.* Экономические показатели конкурентоспособности товаров. — Минск: Изд-во БГЭУ, 1995.
16. *Березин И.* Маркетинговый анализ. Как занять и удерживать лидерские позиции в своем секторе рынка. — М.: Изд-во ЭКСМО, 2002.
17. *Саниахметова Н. А.* Защита прав предпринимателей в Украине. — Х.: Одиссей, 1998.
18. *Абрамишвили Г. Г.* Операция маркетинг: стратегия и тактика конкурентной борьбы монополий. — М.: Экономика, 1976.
19. *Азоев Г. Л.* Конкуренция: анализ, стратегия и практика. — М.: Центр экономики и маркетинга, 1996.
20. *Ансофф И.* Стратегическое управление. — М.: Экономика, 1989.
21. *Долинская М. Г., Соловьев И. А.* Маркетинг и конкурентоспособность промышленной продукции. — М.: Экономика, 1991.
22. *Дзलिएв М. И.* Рынок и насилие. — М.: Издат. дом. “Мир безопасности”, 1999.

23. *Юданов А. Ю.* Фирма и рынок. — М.: Знание, 1990.
24. *Юданов А. Ю.* Конкуренция: теория и практика. — М.: Акалис, 1996.
25. *Иванов И. Д.* Современные монополии и конкуренция. — М.: Мысль, 1980.
26. *Коробов Ю. И.* Теория и практика конкуренции. — Саратов: Изд-во СГЭА, 1996.
27. *Коробов Ю. И.* Теория банковской конкуренции. — Саратов: Изд-во СГЭА, 1996.
28. *Моисеева Н. К., Анискин Ю. П.* Современное предприятие: конкурентоспособность, маркетинг, обновление: В 3 т. — М.: Внешторгиздат, 1993.
29. *Портфель конкуренции и управления финансами.* — М.: Соминтек, 1996.
30. *Рубин Ю. Б., Шустов В. В.* Конкуренция: реалии и перспективы. — М.: Знание, 1990.
31. *Стародубовская И. В.* От монополизма к конкуренции. — М.: Политиздат, 1990.



ЗМІСТ

Пояснювальна записка	3
Навчально-тематичний план вивчення дисципліни “Теорія і практика конкуренції”	4
Програмний матеріал до вивчення дисципліни “Теорія і практика конкуренції”	5
Контрольні питання	9
Список рекомендованої літератури	12



Відповідальний за випуск *Н. Г. Потапенко*
Редактор *І. В. Хронюк*
Комп'ютерне верстання *Т. В. Кулік*

МАУП
Зам. № ВКЦ-2240

Міжрегіональна Академія управління персоналом (МАУП)
03039 Київ-39, вул. Фрометівська, 2, МАУП