

Міністерство освіти та науки України
Луцький національний технічний університет



КОНКУРЕНЦІЯ ТА ПІДПРИЄМНИЦТВО

Методичні вказівки до виконання самостійної роботи
для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
освітніх програм Маркетинг та Цифровий маркетинг
галузі знань 07 Управління та адміністрування
спеціальності 075 Маркетинг
денної та заочної форм навчання

Луцьк 2024

УДК 658.338.242

К 56

Електронна копія друкованого видання передана для внесення в репозитарій ЛНТУ

Директор бібліотеки _____ С.С. БАКУМЕНКО

Рекомендовано до видання вченою радою факультету бізнесу та права ЛНТУ, протокол № _____ від _____ 2024 року.

Голова вченої ради факультету бізнесу та права _____ Л.Л. КОВАЛЬСЬКА

Розглянуто і схвалено на засіданні кафедри маркетингу ЛНТУ, протокол № _____ від _____ 2024 року.

Завідувач кафедри маркетингу _____ І. Ф. ЛОРВІ

Укладач: _____ О. В. КОВАЛЬЧУК, кандидат економічних наук, доцент кафедри маркетингу ЛНТУ.

Рецензент: _____ І. Ф. ЛОРВІ, кандидат економічних наук, доцент, завідувач кафедри маркетингу ЛНТУ.

Відповідальний за випуск: _____ І. Ф. ЛОРВІ, кандидат економічних наук, доцент, завідувач кафедри маркетингу ЛНТУ.

К 56 Конкуренція та підприємництво. [Текст] : Методичні вказівки до виконання самостійної роботи для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти освітніх програм Маркетинг та Цифровий маркетинг галузі знань 07 Управління та адміністрування спеціальності 075 Маркетинг денної та заочної форм навчання / уклад. Ковальчук О.В. Луцьк.: ВІП ЛНТУ, 2024. 24 с.

Видання містить завдання для самостійного опрацювання з освітньої компоненти Конкуренція та підприємництво.

Призначене для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти освітніх програм Маркетинг та Цифровий маркетинг галузі знань 07 Управління та адміністрування спеціальності 075 Маркетинг денної та заочної форм навчання.

ПЕРЕДМОВА

Вивчення освітньої компоненти «Конкуренція та підприємництво» надає студентам ключові знання для розуміння економічних процесів і стимулює розвиток підприємницької активності. Це сприяє економічному зростанню через підвищення якості продукції, створення нових робочих місць та сприяння інноваціям, відповідаючи потребам сучасного глобального ринку. Освітня компонента також сприяє формуванню підприємницького мислення, що є важливою передумовою для успішного впровадження в конкурентне економічне середовище.

Метою вивчення освітньої компоненти «Конкуренція та підприємництво» є поглиблення теоретичних знань, оволодіння сучасним методичним інструментарієм, практичними навичками з ефективного управління конкурентоспроможністю підприємств у сучасних умовах господарювання; отримання студентами базових знань із питань організації і функціонування підприємницької діяльності, її менеджменту та державного регулювання – складових основ підприємництва в умовах ринкових економічних відносин.

Завдання освітньої компоненти: обґрунтування послідовних кроків у підприємницькій діяльності – від розроблення маркетингової стратегії під час заснування власного підприємства до виявлення й використання факторів процвітання фірми; від інвестиційного задуму до форм його фактичного втілення в умовах ринкового середовища, що динамічно змінюється, набуття навичок в організації підприємницької й управлінської діяльності; оволодіння методами оцінки ефективності підприємництва в умовах ринкових економічних відносин; досягнення максимальної конкурентоспроможності підприємства в ринкових умовах.

Самостійна робота при вивченні освітньої компоненти «Конкуренція та підприємництво» важлива, оскільки сприяє розвитку аналітичних навичок та критичного мислення, формує самостійність та ініціативу студентів, а також глибше закріплює їх знання, готуючи до практичного застосування в бізнес-середовищі. Цей підхід допомагає студентам не лише засвоювати теорію, але й навчає їх використовувати здобуті знання для вирішення реальних завдань у сфері конкуренції та підприємництва.

АНОТАЦІЇ КУРСУ «КОНКУРЕНЦІЯ ТА ПІДПРИЄМНИЦТВО»

Змістовий модуль 1. Основи підприємництва в сучасних умовах

Тема 1. Підприємництво як економічна категорія

Тема розкриває сутність підприємництва як самостійної ініціативної діяльності, спрямованої на отримання прибутку. Розглядаються основні функції підприємництва в економіці та еволюція наукових поглядів на цю категорію. Особлива увага приділяється різноманітним видам підприємницької діяльності та її ролі у сучасній ринковій економіці й маркетингу.

Ключові терміни:

1. *Підприємництво* – самостійна, ініціативна, систематична діяльність суб'єктів господарювання, спрямована на отримання прибутку через виробництво товарів, надання послуг або виконання робіт на власний ризик.

2. *Виробниче підприємництво* – вид підприємницької діяльності, пов'язаний зі створенням матеріальних благ або наданням виробничих послуг через організацію та управління виробничим процесом.

3. *Комерційне підприємництво* – підприємницька діяльність у сфері торгівлі, що полягає в купівлі товарів з метою їх наступного продажу для отримання прибутку від торговельної надбавки.

4. *Інноваційне підприємництво* – діяльність, спрямована на створення, впровадження та комерціалізацію нових або значно вдосконалених продуктів, послуг, технологій чи бізнес-моделей.

5. *Цифрове підприємництво* – підприємницька діяльність, що базується на використанні цифрових технологій, платформ та інструментів для створення, просування та реалізації товарів і послуг.

Тема 2. Форми організації підприємницької діяльності

Тема присвячена вивченню різноманітних організаційно-правових форм ведення бізнесу. Розглядаються особливості приватного та державного підприємництва, характеристики господарських товариств, кооперативів та корпорацій. Окрема увага приділяється трансформації традиційних форм підприємництва під впливом цифровізації економіки та розвитку інтернет-технологій.

Ключові терміни:

1. *Господарське товариство* – юридична особа, статутний капітал якої поділений на частки між учасниками, що створюється для здійснення підприємницької діяльності та отримання прибутку.

2. *Кооператив* – добровільне об'єднання фізичних та/або юридичних

осіб на основі членства для спільної господарської діяльності, що базується на особистій трудовій участі та об'єднанні майнових внесків.

3. *Корпорація* – велика організаційна форма підприємництва, що являє собою об'єднання капіталів багатьох власників через випуск акцій та характеризується відокремленням власності від управління.

4. *Мікропідприємство* – діяльність малих підприємств з чисельністю працівників до 10 осіб та обмеженим річним доходом, що характеризується гнучкістю та швидкою адаптацією до ринкових змін.

5. *Big data* – великі масиви структурованих і неструктурованих даних, які аналізуються за допомогою спеціальних технологій для виявлення закономірностей, трендів та прийняття бізнес-рішень.

Тема 3. Правові та організаційні основи підприємництва в Україні

Тема охоплює правові аспекти започаткування та ведення підприємницької діяльності в Україні. Детально розглядаються процедури реєстрації різних форм підприємництва, необхідні умови для відкриття бізнесу та сучасне законодавче регулювання підприємницької сфери в країні.

Ключові терміни:

1. *ФОП (Фізична особа-підприємець)* – фізична особа, зареєстрована як суб'єкт підприємницької діяльності без створення юридичної особи, що здійснює господарську діяльність на власний ризик.

2. *ТОВ (Товариство з обмеженою відповідальністю)* – господарське товариство, що має статутний капітал, поділений на частки, учасники якого несуть відповідальність лише в межах їхніх внесків.

3. *АТ (Акціонерне товариство)* – господарське товариство, статутний капітал якого поділений на визначену кількість акцій, що засвідчують права акціонерів щодо товариства.

4. *Державна реєстрація* – офіційне внесення до Єдиного державного реєстру юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань відомостей про створення суб'єкта господарювання.

5. *Лицензування* – надання уповноваженим органом дозволу на провадження певного виду господарської діяльності, що підлягає ліцензуванню відповідно до законодавства.

Тема 4. Інноваційні форми підприємництва: стартапи, франчайзинг, венчурний бізнес, лізинг

Тема присвячена сучасним інноваційним моделям організації бізнесу. Розглядаються особливості стартапів як інноваційних проєктів, можливості франчайзингу для масштабування бізнесу, специфіка венчурного підприємництва та використання лізингу в господарській

практиці. Акцент робиться на ролі цифрових технологій та інноваційних маркетингових стратегій.

Ключові терміни:

1. *Стартап* – новостворена компанія з інноваційною бізнес-ідеєю або технологією, що знаходиться на стадії розробки і тестування продукту та має високий потенціал швидкого зростання.

2. *Франчайзинг* – система ведення бізнесу, за якої франчайзер надає франчайзі право використовувати торговельну марку, бізнес-модель та технології за певну плату та на визначених умовах.

3. *Венчурне підприємництво* – ризикове інвестування в інноваційні проекти на ранніх стадіях розвитку з високим потенціалом прибутку, але й значними ризиками втрати капіталу.

4. *Лізинг* – форма довгострокової оренди майна з можливістю його викупу, що дозволяє отримати у користування необхідні активи без значних одноразових витрат.

5. *AI (штучний інтелект)* – технологія, що імітує когнітивні функції людини для аналізу даних, прийняття рішень, персоналізації послуг та автоматизації бізнес-процесів.

Тема 5. Підприємницьке середовище та ризики діяльності

Тема розкриває взаємодію підприємства з бізнес-середовищем, аналізуючи внутрішні та зовнішні фактори впливу. Особлива увага приділяється підприємницьким ризикам в умовах невизначеності, зокрема новим цифровим загрозам. Розглядається значення адаптивності бізнесу та соціальної відповідальності як чинників успішної діяльності.

Ключові терміни:

1. *Бізнес-середовище* – сукупність внутрішніх і зовнішніх факторів, умов та суб'єктів, що впливають на функціонування та розвиток підприємства.

2. *Підприємницький ризик* – ймовірність виникнення несприятливих подій або невизначеності результатів підприємницької діяльності, що можуть призвести до фінансових втрат або недосягнення поставлених цілей.

3. *Кібербезпека* – комплекс заходів, спрямованих на захист інформаційних систем, даних та цифрової інфраструктури підприємства від несанкціонованого доступу, атак та інших загроз.

4. *Адаптивність* – здатність підприємства швидко реагувати на зміни зовнішнього середовища, коригувати стратегії та операційні процеси для збереження конкурентоспроможності.

5. *CSR (Корпоративна соціальна відповідальність)* – концепція, згідно з якою підприємство добровільно інтегрує соціальні та екологічні

аспекти у свою діяльність, беручи відповідальність за вплив на суспільство та довкілля.

Змістовий модуль 2. Конкуренція і конкурентоспроможність у підприємницькій практиці

Тема 6. Конкуренція як економічна категорія

Тема присвячена теоретичним основам конкуренції як економічного явища. Розглядаються умови виникнення конкурентних відносин, різноманітні види та форми конкуренції у ринковій економіці. Аналізуються функції конкуренції та її вплив на розвиток підприємництва та ефективність економіки загалом.

Ключові терміни:

1. *Конкуренція* – суперництво між учасниками ринку за кращі умови виробництва, збуту товарів та послуг, залучення споживачів з метою отримання максимального прибутку.

2. *Цінова конкуренція* – форма конкурентної боротьби, що базується на встановленні нижчих цін порівняно з конкурентами для збільшення обсягів продажу та частки ринку.

3. *Нецінова конкуренція* – суперництво на основі покращення якості продукції, інновацій, брендингу, сервісу та інших факторів, не пов'язаних безпосередньо зі зниженням ціни.

4. *Сумлінна конкуренція* – конкурентна поведінка, що ґрунтується на дотриманні норм законодавства, етичних правил та чесних методів боротьби за споживача.

5. *Несумлінна конкуренція* – застосування незаконних або неетичних методів конкурентної боротьби, таких як поширення неправдивої інформації, підробка товарів, промислове шпигунство тощо.

Тема 7. Конкурентні переваги та конкурентоспроможність підприємства

Тема розкриває сутність конкурентоспроможності на різних рівнях: продукції, бренду та підприємства в цілому. Розглядається піраміда конкурентних переваг та методи їх формування і зміцнення. Особлива увага приділяється використанню брендингу та цифрових технологій як сучасних джерел сталих конкурентних переваг.

Ключові терміни:

1. *Конкурентоспроможність* – здатність підприємства, продукту або бренду ефективно конкурувати на ринку, задовольняти потреби споживачів краще за конкурентів та утримувати стійкі позиції.

2. *Конкурентна перевага* – унікальна характеристика, ресурс або

можливість підприємства, що забезпечує йому переваги над конкурентами та цінність для споживачів.

3. *Піраміда конкурентних переваг* – ієрархічна модель, що відображає різні рівні конкурентних переваг від базових (ціна, якість) до вищих (інновації, бренд, репутація).

4. *Брендинг* – процес створення та управління унікальним іміджем і ідентичністю торговельної марки для формування стійких асоціацій та лояльності споживачів.

5. *Сталі конкурентні переваги* – довгострокові, важко імітовані переваги підприємства, що зберігаються тривалий час та забезпечують стабільну конкурентну позицію на ринку.

Тема 8. Аналіз конкурентного середовища

Тема присвячена методам дослідження та оцінки конкурентного оточення підприємства. Детально розглядаються класичні аналітичні інструменти, такі як модель п'яти сил Портера, SWOT-аналіз та PEST-аналіз. Окрема увага приділяється сучасним методам збору конкурентної інформації та використанню big data для аналізу конкурентів і споживачів.

Ключові терміни:

1. *Модель 5 сил Портера* – аналітичний інструмент, що оцінює конкурентне середовище галузі через п'ять факторів: загроза нових конкурентів, сила постачальників, сила споживачів, загроза товарів-замінників та рівень конкуренції в галузі.

2. *SWOT-аналіз* – метод стратегічного планування, що передбачає виявлення сильних (Strengths) і слабких (Weaknesses) сторін підприємства, а також можливостей (Opportunities) і загроз (Threats) зовнішнього середовища.

3. *PEST-аналіз* – дослідження макросередовища через аналіз політичних (Political), економічних (Economic), соціальних (Social) та технологічних (Technological) факторів впливу на бізнес.

4. *Конкурентна інформація* – дані про конкурентів, їхні продукти, стратегії, ціни, частки ринку, сильні та слабкі сторони, що використовуються для прийняття управлінських рішень.

5. *Аналітика big data* – процес збору, обробки та аналізу великих обсягів даних з різних джерел для виявлення закономірностей поведінки споживачів, трендів ринку та дій конкурентів.

Тема 9. Конкурентні стратегії підприємства

Тема розкриває основні типи конкурентних стратегій, які може обирати підприємство для досягнення успіху на ринку. Детально

розглядаються базові стратегії за Портером: лідерство за витратами, диференціація та фокусування. Аналізуються особливості конкуренції на різних етапах життєвого циклу галузі та роль державного регулювання конкурентних відносин.

Ключові терміни:

1. *Стратегія лідерства за витратами* – конкурентна стратегія, спрямована на досягнення найнижчих витрат виробництва в галузі для пропозиції товарів за конкурентними цінами при збереженні прибутковості.

2. *Стратегія диференціації* – конкурентний підхід, що передбачає створення унікальних властивостей продукту або послуги, які споживачі сприймають як цінні та за які готові платити вищу ціну.

3. *Стратегія фокусування* – концентрація зусиль підприємства на обслуговуванні вузького сегмента ринку, певної групи споживачів або географічної ніші з метою кращого задоволення їхніх специфічних потреб.

4. *Життєвий цикл галузі* – послідовність стадій розвитку галузі від зародження через зростання та зрілість до стагнації та занепаду, кожна з яких характеризується специфічними конкурентними умовами.

5. *Антимонopolне регулювання* – система державних заходів, спрямованих на підтримку конкуренції, запобігання монополізації ринків, обмеження недобросовісних практик та захист інтересів споживачів.

Тема 10. Конкуренція та підприємництво в Україні та світі

Тема присвячена аналізу конкурентних відносин та підприємницької діяльності в українському контексті з порівнянням світових практик. Розглядаються особливості конкурентного середовища в Україні, перспективи інтеграції українських компаній у глобальний ринок та виклики цифрової трансформації. Аналізується міжнародний досвід та можливості українського бізнесу в умовах глобальної конкуренції.

Ключові терміни:

1. *Глобальна конкуренція* – суперництво підприємств на світовому ринку, що характеризується виходом за межі національних кордонів, міжнародною торгівлею та конкуренцією з компаніями різних країн.

2. *Цифрова конкуренція* – конкурентна боротьба, що базується на використанні цифрових технологій, платформ, даних та інновацій для створення переваг у швидкості, персоналізації та ефективності.

3. *Глобальне середовище* – сукупність міжнародних економічних, політичних, технологічних, соціальних та культурних факторів, що впливають на діяльність підприємств на світовому ринку.

4. *Конкурентоспроможність економіки* – здатність національної економіки ефективно конкурувати на світових ринках, забезпечувати зростання добробуту населення та залучати інвестиції.

5. *Міжнародна експансія* – процес виходу підприємства на зовнішні ринки через експорт, створення філій, стратегічні альянси або придбання іноземних компаній з метою розширення бізнесу.

РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ НАД ТЕМАМИ КУРСУ

Змістовий модуль 1. Основи підприємництва в сучасних умовах

Тема 1. Підприємництво як економічна категорія

Що потрібно опрацювати самостійно:

1. Вивчити історичну еволюцію поглядів на підприємництво від класиків економічної теорії до сучасних концепцій.

2. Проаналізувати приклади різних видів підприємництва (виробничого, комерційного, фінансового, інноваційного, цифрового) на основі реальних компаній.

3. Дослідити статистичні дані про роль підприємництва у ВВП України та створенні робочих місць.

На що потрібно звернути особливу увагу:

1. Розмежування понять «підприємництво», «бізнес» та «господарська діяльність» – важливо розуміти їхні відмінності.

2. Взаємозв'язок підприємництва з маркетинговою діяльністю та інноваційним розвитком економіки.

3. Особливості цифрового підприємництва як найбільш динамічного виду сучасної підприємницької діяльності.

Тема 2. Форми організації підприємницької діяльності

Що потрібно опрацювати самостійно:

1. Скласти порівняльну таблицю організаційно-правових форм підприємництва з їхніми перевагами та недоліками.

2. Знайти приклади успішних сімейних бізнесів, кооперативів та корпорацій в Україні та світі.

3. Дослідити можливості використання інтернет-маркетингу та big data у різних формах підприємництва.

На що потрібно звернути особливу увагу:

1. Критерії вибору оптимальної організаційно-правової форми залежно від масштабу, виду діяльності та цілей бізнесу.

2. Трансформацію традиційних форм підприємництва під впливом цифровізації та нові можливості онлайн-бізнесу.

3. Особливості партнерських відносин у різних формах організації бізнесу та розподіл відповідальності між учасниками.

Тема 3. Правові та організаційні основи підприємництва в Україні

Що потрібно опрацювати самостійно:

1. Ознайомитися з актуальними нормативними документами: Господарським і Цивільним кодексами України, Законом про державну реєстрацію.

2. Вивчити покрокову процедуру реєстрації ФОП та юридичних осіб через онлайн-сервіси (Дія, ЄДР).

3. Проаналізувати систему оподаткування для різних форм підприємництва (загальна, спрощена системи).

На що потрібно звернути особливу увагу:

1. Відмінності у правовому статусі, відповідальності та оподаткуванні ФОП, ТОВ та АТ.

2. Необхідні документи та умови для початку підприємницької діяльності, включаючи ліцензування окремих видів діяльності.

3. Зміни в законодавстві, які відбулися останнім часом та спрощують ведення бізнесу в Україні.

Тема 4. Інноваційні форми підприємництва: стартапи, франчайзинг, венчурний бізнес, лізинг

Що потрібно опрацювати самостійно:

1. Дослідити успішні українські та світові стартапи, проаналізувати їхні бізнес-моделі та шляхи до успіху.

2. Вивчити умови франчайзингових договорів відомих брендів та оцінити переваги і ризики для франчайзі.

3. Ознайомитися з діяльністю венчурних фондів та акселераторів в Україні (Unit.City, Radar Tech, TA Ventures).

На що потрібно звернути особливу увагу:

1. Відмінності стартапу від традиційного малого бізнесу: масштабованість, інноваційність, швидке зростання.

2. Роль цифрових технологій (AI, big data, аналітика) у розвитку стартапів та конкурентних переваг.

3. Механізми фінансування інноваційних проєктів через венчурний капітал, бізнес-янголів, краудфандинг.

Тема 5. Підприємницьке середовище та ризики діяльності

Що потрібно опрацювати самостійно:

1. Скласти схему внутрішніх та зовнішніх факторів бізнес-середовища з конкретними прикладами їхнього впливу.
2. Вивчити методи оцінки та управління підприємницькими ризиками, включаючи диверсифікацію та страхування.
3. Проаналізувати приклади компаній, які успішно адаптувалися до змін середовища (криза, пандемія, війна).

На що потрібно звернути особливу увагу:

1. Нові цифрові ризики: кібератаки, витоки даних, репутаційні ризики в соціальних мережах.
2. Важливість соціальної відповідальності бізнесу (CSR) для формування довіри споживачів та конкурентоспроможності.
3. Розвиток адаптивності та гнучкості як ключових компетенцій підприємця в умовах невизначеності.

Змістовий модуль 2. Конкуренція і конкурентоспроможність у підприємницькій практиці

Тема 6. Конкуренція як економічна категорія

Що потрібно опрацювати самостійно:

1. Вивчити типи ринкових структур (досконала конкуренція, монополія, олігополія, монополістична конкуренція) та їхні характеристики.
2. Знайти реальні приклади цінової та нецінової конкуренції у різних галузях економіки.
3. Дослідити випадки несумлінної конкуренції та відповідальність за такі дії згідно з українським законодавством.

На що потрібно звернути особливу увагу:

1. Функції конкуренції: стимулююча, регулююча, розподільча, контролююча та їхнє значення для економіки.
2. Умови виникнення конкуренції: множинність продавців та покупців, однорідність товарів, свобода входу на ринок.
3. Баланс між ціновою та неціновою конкуренцією у сучасних умовах, переваги довгострокових стратегій диференціації.

Тема 7. Конкурентні переваги та конкурентоспроможність підприємства

Що потрібно опрацювати самостійно:

1. Проаналізувати конкурентні переваги 3-5 відомих брендів на основі піраміди конкурентних переваг.

2. Вивчити методи оцінки конкурентоспроможності продукції (якість, ціна, функціональність, дизайн).
3. Дослідити кейси компаній, які створили сталі конкурентні переваги через брендинг та цифрові технології.

На що потрібно звернути особливу увагу:

1. Різниця між конкурентоспроможністю продукції, бренду та підприємства як взаємопов'язаними, але різними поняттями.
2. Створення сталих конкурентних переваг, які важко скопіювати конкурентам (унікальні ресурси, компетенції, культура).
3. Роль цифрових технологій у персоналізації продукту, покращенні клієнтського досвіду та формуванні лояльності.

Тема 8. Аналіз конкурентного середовища

Що потрібно опрацювати самостійно:

1. Провести модель 5 сил Портера для конкретної галузі або компанії на вибір.
2. Виконати SWOT-аналіз та PEST-аналіз для обраного підприємства на основі відкритих джерел інформації.
3. Вивчити інструменти моніторингу конкурентів в онлайн-середовищі (SimilarWeb, SEMrush, соціальні медіа).

На що потрібно звернути особливу увагу:

1. Комплексне застосування різних методів аналізу для отримання повної картини конкурентного оточення.
2. Джерела конкурентної інформації: відкриті дані, звіти компаній, соціальні мережі, mystery shopping, big data.
3. Етичні межі збору конкурентної інформації та відмінності між дослідженням ринку і промисловим шпигунством.

Тема 9. Конкурентні стратегії підприємства

Що потрібно опрацювати самостійно:

1. Вивчити приклади компаній, які успішно реалізують кожен з базових стратегій за Портером (лідерство, диференціація, фокусування).
2. Проаналізувати особливості конкуренції на різних стадіях життєвого циклу галузі на прикладі конкретних ринків.
3. Ознайомитися з діяльністю Антимонопольного комітету України та резонансними справами про порушення конкуренції.

На що потрібно звернути особливу увагу:

1. Критерії вибору конкурентної стратегії залежно від ресурсів компанії, особливостей галузі та стадії її розвитку.
2. Ризики «застрягання посередині» – ситуації, коли компанія не досягає ні лідерства за витратами, ні диференціації.

3. Роль держави у регулюванні конкуренції: захист від монополій, підтримка малого бізнесу, контроль злиттів та поглинань.

Тема 10. Конкуренція та підприємництво в Україні та світі

Що потрібно опрацювати самостійно:

1. Вивчити рейтинги глобальної конкурентоспроможності (Global Competitiveness Index) та позицію України в них.
2. Дослідити успішні приклади виходу українських компаній на міжнародні ринки (ІТ-сектор, агробізнес).
3. Проаналізувати виклики та можливості для українського бізнесу в умовах євроінтеграції та цифрової трансформації.

На що потрібно звернути особливу увагу:

1. Специфіка конкурентного середовища в Україні: високий рівень тіньової економіки, корупція, бюрократія.
2. Переваги українських підприємств у глобальній конкуренції: ІТ-таланти, аграрний потенціал, географічне розташування.
3. Цифрова трансформація як можливість для українських компаній конкурувати на рівних з глобальними гравцями.

Логіко-аналітичні та творчі завдання для самостійної роботи

Мета завдань – розвиток економічного мислення, здатності до логічного аналізу, формування підприємницького та конкурентного світогляду, уміння застосовувати теоретичні положення курсу до нестандартних ситуацій і практичних кейсів.

Завдання 1. На першій і другій полицях стоїть 50 книг, на другій і третій – 30, на першій і третій – 40. Визначте, скільки книг розміщено на кожній полиці.

Методичні поради до вирішення.

Рекомендується позначити кількість книг на кожній полиці змінними та скласти систему лінійних рівнянь. Завдання розв'язується шляхом логічного аналізу взаємозв'язків між сумами.

Завдання 2. Прочитайте уважно вислів одного з економістів: «Бджола збирає нектар не для того, щоб запилювати квіти, вона бажає отримати мед. Та врешті вона служить інтересам квітів. Те ж саме відбувається і з підприємством».

Поясніть економічний зміст цієї аналогії. Який зв'язок між діяльністю підприємства та суспільними інтересами?

Методичні поради до вирішення.

Слід інтерпретувати вислів через призму підприємницької мотивації, приватного інтересу та суспільної корисності бізнесу. Доцільно використати поняття конкуренції, ринку та «невидимої руки».

Завдання 3. Уявіть себе власником фірми. Опишіть свої можливі управлінські дії у таких ситуаціях: закінчився строк дії ліцензії; діяльність фірми стала нерентабельною; підприємство офіційно визнано банкрутом.

Методичні поради до вирішення.

Рекомендується спиратися на правові та організаційні основи підприємництва, розмежовуючи стратегічні, правові та антикризові управлінські рішення.

Завдання 4. Лінивому працівнику повідомили, що він отримуватиме 24 су за кожен відпрацьований день, але з нього утримуватимуть 6 су за кожен прогуляний день. Після 30 днів з'ясувалося, що виплачувати працівнику нічого. Скільки днів він працював і скільки прогулював?

Методичні поради до вирішення.

Доцільно використати математичну модель доходів і втрат, позначивши кількість відпрацьованих і пропущених днів змінними та

склавши рівняння балансу.

Завдання 5. З точки зору оплати праці та довгострокових інтересів працівника, у якого власника підприємства вигідніше працювати: у скупого чи щедрого? Обґрунтуйте відповідь.

Методичні поради до вирішення.

Слід врахувати не лише рівень заробітної плати, а й мотивацію, стабільність, продуктивність праці та конкурентоспроможність підприємства на ринку праці.

Завдання 6. Як і чому зміниться ціна м'яса телятини у разі суттєвого зростання ціни на курятину?

Методичні поради до вирішення. Рекомендується застосувати теорію попиту та перехресної еластичності, розглядаючи товари-замінники та реакцію споживачів.

Завдання 7. Німецький письменник Бертольд Ауербах стверджував, що набуття грошей вимагає доблесті, збереження грошей – розсудливості. А що, на його думку, вимагає мистецтва?

Методичні поради до вирішення. Доцільно осмислити вислів у контексті підприємництва, інвестування, управління фінансами та прийняття економічних рішень.

Завдання 8. У ресторані «Маріотт» у Вашингтоні ціни на страви дуже високі, проте відвідувачі знають, що тут можна справити враження на гостей. Що насправді купують люди, відвідуючи цей ресторан?

Методичні поради до вирішення.

Рекомендується проаналізувати завдання з позиції нематеріальної цінності, бренду, статусного споживання та нецінової конкуренції.

Завдання 9. Проаналізуйте ситуацію, описану в історії з камінцями (за Едвардом де Боно), та запропонуйте нестандартне рішення, яке дозволило б дівчині уникнути шлюбу з лихварем і врятувати батька.

Зміст ситуації. Відбулася цікава історія, її описав в своїй книзі відомий англійський вчений Едвард де Боно. Один лондонський торговець мав нещастя заборгувати величезну суму грошей лихварю. Сумний фінал чекав торговця та його доньку. Проте лихварю, старому й негарному, подобалася симпатична донька торговця. Він запропонував угоду, сказав, що міг би списати борг торговцю, якщо б взяв дівчину за дружину.

Торговець з донькою жажнулися від такої пропозиції. Тоді хитрий

лихвар запропонував їм віддатися до рук Провидіння у вирішенні цього питання. Він сказав їм, що покладе один чорний і один білий камінь в порожню торбину з-під грошей, а потім дівчина повинна буде витягти один із каменів. Якщо вона витягне чорний камінь, вона стане його дружиною і борг батька буде списаний. Якщо вона витягне білий камінь, залишиться зі своїм батьком і борг також буде прощений. Але якщо дівчина відмовиться витягати камінь, батько буде запроторений у в'язницю, а сама вона буде голодувати.

Торговець був змушений погодитися. Вони розмовляли, стоячи на стежці, яка була послана чорною та білою галькою в саду торговця. Лихвар нахилився, щоб взяти два камені. Коли він підбирав камені, дівчина з ляком помітила, що він взяв два чорних камені і поклав їх до торбини з-під грошей. Потім він попросив дозволу витягнути один камінь, який повинен вирішити долю її і батька.

Уявіть, що ви стоїте на стежці в саду торговця. Що б ви зробили, якби були нещасною дівчиною? Що б ви порадили зробити їй? Спробуйте вирішити цю проблему з точки зору дівчини. Переживіть стан стресу, який пережила вона. І тільки тоді, коли всі ваші варіанти будуть висчерпані, подивіться розв'язок цієї ситуації.

На перший погляд, цей шлях має три можливості:

1. Дівчина повинна відмовитися брати камінь.
2. Дівчина повинна показати, що в торбині два чорних камені, і викрити лихваря як ошуканця.
3. Дівчина повинна взяти чорний камінь і пожертвувати собою, щоб врятувати батька від в'язниці.

Жодна з ідей не принесе користі, оскільки якщо дівчина не буде вибирати камінь, її батько піде у в'язницю, а якщо вибере, то піде заміж за лихваря.

Методичні поради до вирішення.

Слід застосувати латеральне мислення, відмовившись від стандартних альтернатив. Завдання спрямоване на розвиток креативності та підприємницької ініціативи в умовах жорстких обмежень.

Завдання 10. Два підприємці одночасно вийшли на один ринок з однаковим товаром і витратами. Перший різко знизив ціну, другий залишив її незмінною, але покращив сервіс і комунікацію з клієнтами. Через деякий час обидва отримали стабільний прибуток. Поясніть, як це можливо з точки зору конкуренції.

Методичні поради до вирішення. Рекомендується використати поняття цінової та нецінової конкуренції, конкурентних переваг і диференціації, а також пояснити роль маркетингу у формуванні попиту.

Комплексне практичне індивідуальне завдання (КПЗ) освітньої компоненти «Конкуренція та підприємництво»

Коротка характеристика КПЗ, умов його виконання, захисту та оцінювання:

1. КПЗ виконується за однією з альтернативних тем на вибір здобувача освіти.
2. Здобувачі мають використовувати офіційну інформацію, отриману на законних підставах та з дотриманням умов академічної доброчесності.
3. Результати виконання КПЗ представляють у формі презентації, або текстовій реферативній формі.
4. Політика оцінювання КПЗ. Оцінювання здійснюється за 100 – бальною шкалою і включає врахування таких складових:
 - якість (актуальність) і повнота зібраної інформації – 50%;
 - ініціативність у виконанні дослідження – 20%;
 - дотримання строків - 20%;
 - презентабельність та інші критерії – 10%.

Альтернативні тематики КПЗ

I. Застосування технологій штучного інтелекту у бізнесі та маркетингу. Під час виконання завдання згідно цієї тематики здобувачам рекомендовано звернути увагу на такі аспекти: штучний інтелект та нейромережі; ChatGPT; GPT-3 у чат-ботах: можливості для бізнесу; можливості ChatGPT для маркетологів; штучний інтелект і творчі професії, чи реальна загроза творчим професіям?

II. Фактори конкурентного успіху світових компаній та корпорацій.

Пропонується висвітлити історію успіху таких компаній: Apple, Microsoft, Alphabet, Amazon, Tesla, Coca-Cola Company, PepsiCo, Procter & Gamble, McDonald's, L'Oreal, Walmart, Ikea, Alibaba Group, Mercedes-Benz, Adidas, DuPont та інші.

В презентації обов'язково виділити фактори успіху та кризові ситуації (якщо такі були) і як їх компанія пододала чи не пододала.

III. Малий бізнес Луцька та Волині. Оцінка конкурентного середовища.

Пропонується на основі аналізу відкритих джерел інформації скласти «портрет» одного з місцевих товарних ринків, на якому працюють представники малого бізнесу.

IV. Інша тема за ініціативою здобувача вищої освіти, яка розкриває предмет дисципліни «Конкуренція та підприємництво».

Вимоги до технічного оформлення звіту КППЗ

Звіт за результатами (**КППЗ**) має бути написаний (чи надрукований) чітко, розбірливо, без помилок та виправлень, з одного боку білого паперу формату А4 (210 × 297). Загальний обсяг звіту **КППЗ**, включаючи список використаних літературних джерел та додатки, не повинен перевищувати 15 сторінок тексту.

Текстова частина має бути одного кольору (чорного, синього, фіолетового) за винятком титульної сторінки, таблиць, графіків, формул, для яких застосовується тільки чорний колір чорнила або туші.

Аркуш курсової роботи повинен мати поля: ліве – 20 мм, верхнє – 20, праве – 10, нижнє – 20 мм .

Нумерація сторінок роботи має бути наскрізною. Номер проставляється в правому верхньому куті сторінки без крапки в кінці. На титульному аркуші та сторінках, з яких розпочинаються розділи: зміст, вступ, список літератури, номер сторінки не проставляється.

Стиль викладення матеріалу має бути строгим. При побудові речень доцільно використовувати дієслова, що стоять у невизначено – особистій формі, наприклад: “Вважається доцільним запропонувати...” а не “Я пропоную...”. Слід користуватися загальноновизнаною управлінською (економічною) термінологією, звертаючи увагу на точність її застосування та чіткість формулювань. Скорочення слів у тексті та ілюстраціях не допускається, крім загальноновизнаних абревіатур.

Текст звіту може ілюструватись кресленнями, схемами, фотографіями, графіками, таблицями, які також виконуються на стандартних аркушах паперу формату А4. Кількість ілюстрацій повинна бути достатньою для того, щоб надати тексту зрозумілості та конкретності. Усі ілюстрації (фотографії, схеми тощо) називають рисунками і нумерують послідовно. Номер і назву рисунка пишуть під графічним зображенням. Ілюстративний матеріал розміщують у тексті відразу після посилання на нього. Розміщувати рисунки слід так, що б їх можна було читати без повороту рукопису. Якщо це не можливо – ілюстрації розміщують так, щоб рукопис потрібно було повернути за стрілкою годинника.

На запозичену з інших джерел інформацію, а також на цитати, що наводяться в тексті, мають бути зроблені посилання, їх наводять відразу після закінчення цитати в квадратних дужках, де вказують порядковий номер джерела у списку використаної літератури та відповідні сторінки джерела (наприклад: [14, с. 31-48]), або під текстом тієї ж сторінки у вигляді зноски, де вказують прізвище та ініціали автора, назву джерела, місце видання, видавництво, рік видання та сторінку.

Формули вписують чітко та розбірливо чорним чорнилом або чорною

тушню і нумерують арабськими цифрами. Порядковий номер вказують у круглих дужках з правого боку напроти нижнього рядка формули, до якої він належить. При посиланні в тексті на формулу необхідно вказати її повний номер в дужках (наприклад: “у формулі (3)”). Після формули ставлять кому, з нового рядка пишуть слово “де” і розшифровують позначення словами в такій послідовності, як вони подані у формулі. Після слова “де” двокрапка не ставиться.

Захист звіту КПЗ

Звіт за результатами виконання КПЗ здобувач захищає у присутності навчальної групи. Тези доповіді студент готує заздалегідь. Доповідь повинна бути змістовною і тривати 5-8 хвилин.

У доповіді необхідно:

- назвати тему КПЗ, показати її актуальність та значущість;
- сформулювати основну мету і завдання дослідження;
- стисло розкрити зміст структури роботи;
- доповісти про результати роботи, зроблені висновки і внесені пропозиції.

Після доповіді студент відповідає на запитання. Під час захисту оцінюються: якість виконаної студентом КПЗ, рівень знань і набутих навичок щодо висвітленої теми, вміння аналізувати практичну діяльність організацій, логічно і аргументовано викладати думки, відповідати на запитання, обґрунтовувати власну точку зору.

Результати захисту КПЗ оцінюються за 100-бальною шкалою.

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

Базова

1. Бізнес-планування та управління проектами : навчальний посібник / П. Г. Ільчук, Р. В. Фещур, А. І. Якимів, І. В. Когут, Г. Й. Лучко, Д. І. Скворцов, С. В. Шишковський; за ред. П. Г. Ільчука. Львів, 2020. 215 с.
2. Гонтарева І. В. Підприємництво : підручник. Харків : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2021. 392 с.
3. Основи підприємницької діяльності : підручник. за редакцією д.е.н., проф. В. М. Марченко. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського. Вид-во «Політехніка», 2022. 515 с.
4. Ткач Є. Організація власного бізнесу : навч. посіб. Чернівці : ЧНУ : Рута, 2023. 263 с.
5. Шевченко Л. С. Конкурентоспроможність бізнесу (підприємства) : навч. посіб. у питаннях і відповідях. Харків : Право, 2022. 312 с.
6. Шепель Т. В., Комліченко О. О., Живець А. М. Основи підприємницької діяльності [Текст] : навч. посіб. Херсон : Олді Плюс, 2022. 305 с.

Додаткова

7. Блага Н. В. Управління проектами : навч. посібник. Львів : Львівський державний університет внутрішніх справ, 2021. 152 с.
8. **Борисова Т. М.** Міжнародна економічна конкуренція [Текст] : навч. посіб. / Т. М. Борисова ; Тернопіл. нац. екон. ун-т. Тернопіль : ТНЕУ, 2019. 231 с.
9. Войтович С.Я., Сержанов В.В., Ковальчук О.В., Букало Н.А., Загоруйко В.Л. Врахування особливостей міжринкових взаємодій суб'єктів у маркетинговому стратегічному управлінні розвитком фармацевтичної галузі. *Актуальні проблеми економіки*. № 8. 2022. С.49-58.
10. Волошин А.В. Характеристика конкурентоспроможності та визначення її сутності. *Економіка: реалії часу*. *Науковий журнал*. 2023. № 4 (68). С. 83-88.
11. Грицок Н. О. Інноваційне підприємництво та управління стартап проектами : навч. посіб. / Наталія Олександрівна Грицок, Олена Анатоліївна Івашко, Тетяна Василівна Сак. – Луцьк : Вежа-Друк, 2022. 172 с.
12. Жалдак Г. П., Мамаджанов А. Р. Напрями та методи оцінки рівня конкурентоспроможності підприємств. *Економічний вісник НТУУ «Київський політехнічний інститут»* 2022. № 22. С. 52-59.
13. Карпюк Г.І. Основи підприємництва: Навчальний посібник для здобувачів професійної освіти. URL : <https://mon.gov.ua/storage/app/media/pto/2021/04/19/Osnovy%20pidpryyemytstva.pdf>
14. Когут М. В., Копець Г. Р., Огінок С. В. Франчайзинг як метод інтернаціоналізації бізнесу. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*. Серія : Економіка і менеджмент. 2023. Вип.

54. С. 30-34.
15. Ковальчук О.В., Лорві І.Ф., Бойко О.В. Стратегії Інтернет – маркетингу. *Збірник наукових праць: «Економічні науки». Серія «Регіональна економіка»*. Випуск 19 (75). 2022. С. 100-108.
 16. Ковальчук О. В. Складові брендингу та застосування технологій штучного інтелекту в їх реалізації. *Економічний форум*, 2/2023. С. 25-29. URL: <https://doi.org/10.36910/6775-2308-8559-2023-2-4>
 17. Колодійчук А.В., Молнар О.С., Рибаківа Л.П., Ценклер Н.І., Югас Е.Ф. Міжнародне підприємництво: підручник. Львів, 2022. 191 с.
 18. Ксьондз С. В., Кифяк В. І., Кіндзерський В. В. Діагностика бізнес-проектів та бізнес-інжиніринг : навч. пос. Чернівці : Чернівець. нац. ун-т ім. Ю. Федьковича : Рута, 2022. 400 с.
 19. Кучіна С.Е., Долина І.В. Інструментарій ефективності розробки та реалізації бізнес-стратегій Вісник НТУ «ХП» Економічні науки. 2023. № 3. С. 36-39.
 20. Литвин І. В., Шевчук К. С. Венчурний бізнес в Україні: сучасний стан та передісторія розвитку. Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення та проблеми розвитку. 2022. № 2 (8). С. 394-401.
 21. Магас В. М. Підприємництво та конкуренція – основні чинники розкриття економічного потенціалу суспільства. *Економічна теорія*. 2019. № 2. С. 44-56.
 22. Основи економічної грамотності та підприємництва: навчальний посібник /Алексеева С. В., Базиль Л. О., Байдулін В. Б., Гриценко І. А., Єршова Л. М., Закатнов Д. О., Орлов В. Ф., Сохацька Г. В. Житомир: «Полісся», 2021. 248 с
 23. Петрашевська А. Д., Колонтай С. М., Кульбаба В. В. характеристика видів лізингу, їх переваги та недоліки. Вісник ХНТУ: серія «управління та адміністрування». 2023. № 2(85). С.221-227.
 24. Сторощук Б.Д, Грешко Р. І. Підприємництво та організація власного бізнесу : навч. посіб. Чернівці : ЧНУ ім. Юрія Федьковича, 2022. 580 с.
 25. Стойко І.І. Шерстюк Р.П. Управління конкурентоспроможністю (Програма, курс лекцій, практичні заняття, самостійна робота, індивідуальні завдання, термінологічний словник, тести). Навч.-метод. посібник. Тернопіль: ТНТУ, 2023. 156 с.
 26. Педько А.Б. Основи підприємництва і бізнес культури. К.: ЦУЛ. 2019. 168 с.
 27. Турянця В. В. Сучасна парадигма забезпечення конкурентних переваг підприємства на міжнародних ринках. *Ринкова економіка: сучасна теорія і практика управління*. 2023. Вип. 3(52 Том 21. С. 264–278.
 28. Управління бізнес-проектами: навчальний посібник для студентів зі спеціальності 073 «Менеджмент». Л.В. Шинкарук, М.М. Деліні, А.В. Суханова, К.А. Алексеева. Київ : НУБіП, 2021. 325 с.
 29. Швидка Т. І. Економічна конкуренція: сучасний стан законодавчого забезпечення та перспективи його модернізації : монографія. Харків : Право, 2020. 376 с.

ЗМІСТ

Передмова	3
Анотації курсу «конкуренція та підприємництво»	4
Рекомендації щодо самостійної роботи над темами курсу	10
Логіко-аналітичні та творчі завдання для самостійної роботи	15
Комплексне практичне індивідуальне завдання (КПЗ) освітньої компоненти «Конкуренція та підприємництво»	18
Список рекомендованої літератури	21

К 56 Конкуренція та підприємництво. [Текст] : Методичні вказівки до виконання самостійної роботи для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти освітніх програм Маркетинг та Цифровий маркетинг галузі знань 07 Управління та адміністрування спеціальності 075 Маркетинг денної та заочної форм навчання / уклад. Ковальчук О.В. Луцьк.: ВІП ЛНТУ, 2024. 24 с.

Комп'ютерний набір О.В. Ковальчук.
Редактор О.В. Ковальчук.

Підп. до друку _____ 2024 р.
Формат 60x84/16. Папір офс. Гарнітура Таймс.
Ум. друк. арк. 3.3. Обл.-вид. арк. 2,5.
Тираж 50 прим. Зам. 1

Відділ імідж та промоції
Луцького національного технічного університету
43018 м. Луцьк, вул. Львівська, 75