

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
ИРКУТСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ А.А.ЕЖЕВСКОГО

Монгуш Ю.Д.

Институт экономики, управления и прикладной информатики

Кафедра финансов, бухгалтерского учета и анализа

Анализ конкурентоспособности бизнеса

Учебная программа для самостоятельной работы
студентов направления 38.03.02 – «Менеджмент»
очного, очно-заочная и заочного обучения

2022

Рассмотрено и рекомендовано к изданию на заседании кафедры финансов, бухгалтерского учета и анализа (протокол № 6 от 18.01.2022 г.) и методической комиссией Института экономики, управления и прикладной информатики Иркутского ГАУ (протокол №1 от 28.01.2022 г.).

Рецензенты:

к.э.н., доцент кафедры финансов и анализа М.В. Вельм

Монгуш Ю.Д. Учебная программа для самостоятельной работы по дисциплине «Анализ конкурентоспособности бизнеса» очной, очно-заочной и заочной форм обучения направления 38.03.02. «Менеджмент». – Молодежный: Иркутский ГАУ, 2022. – 15 с.

Учебная программа по дисциплине «Анализ конкурентоспособности бизнеса» содержат ряд задач по изучаемым темам дисциплины, список рекомендуемой литературы. Предназначены для самостоятельной работы студентов направления 38.03.02 «Менеджмент», в том числе для самостоятельного изучения данной дисциплины.

Рекомендованы кафедрой финансов, бухгалтерского учета и анализа в помощь студентам очной, очно-заочной и заочной форм обучения.

© Монгуш Ю.Д., 2022

© Иркутский ГАУ, 2022

Содержание

ВВЕДЕНИЕ	4
Контрольная работа по теме «Теоретические основы конкурентоспособности бизнеса. Виды конкуренции, основные понятия».....	5
Контрольная работа по теме «Факторы конкуренции конкурентоспособности на рынке. Факторы конкурентного анализа. Конкурентная среда предприятия. Методы конкурентного анализа».....	10
Список рекомендованной литературы	13

ВВЕДЕНИЕ

Учебная программа для самостоятельной работы по курсу «Анализ конкурентоспособности бизнеса» разработаны в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта высшего образования для студентов очной, очно-заочной и заочной форм обучения.

Основными задачами дисциплины являются в теоретической области - изучение теоретических основ конкурентоспособности предприятия, в практической области - овладение навыками оценки конкурентоспособности, развитие практических навыков с учетом особенностей российской экономической практики.

Самостоятельная работа студентов по данной дисциплине состоит в изучении литературных источников, периодических изданий, нормативных документов, методической литературы по всем темам дисциплины, в решении задач, подготовке конспектов, переданных на самостоятельное изучение.

Цель освоения дисциплины: овладение основами анализа конкурентоспособности бизнеса.

Основные задачи освоения дисциплины:

- поиск, анализ и оценка информации для подготовки и принятия управленческих решений;
- изучение критериев конкурентоспособности бизнеса;
- изучение макро- и микрофакторов, влияющих на уровень конкуренции;
- овладение методами оценки уровня конкуренции на рынке;
- ознакомление с принципами управления и обеспечения конкурентоспособности бизнеса.

Требования к результатам освоения дисциплины:

Изучение данной дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

ОПК-4 - Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций.

Содержание дисциплины:

Тема 1. Теоретические основы конкурентоспособности бизнеса.

Тема 2. Виды конкуренции, основные понятия.

Тема 3. Факторы конкуренции конкурентоспособности на рынке Факторы конкурентного анализа.

Тема 4. Конкурентная среда предприятия.

Тема 5. Методы конкурентного анализа.

Контрольная работа по теме «Теоретические основы конкурентоспособности бизнеса. Виды конкуренции, основные понятия»

1. Выделяют следующие подходы к оценке конкурентоспособности предприятия:

- а. по специализации основной деятельности;
- б. по конкурентоспособности продукции;
- в. по целям стратегического развития;
- г. по способности состязаться и адаптироваться;
- д. по эффективности деятельности;
- е. по месту в производственной цепочке.

2. Согласно М. Портеру состояние конкуренции на рынке зависит, в числе многих, от следующих сил:

- а. уход старых игроков с рынка;
- б. появление продуктов-заменителей;
- в. социальный потенциал поставщиков;
- г. экономический потенциал покупателей;
- д. состязательность между соперниками.

3. В классификации М. Портера, в зависимости от характера конкуренции поставщиков имеются следующие типы рынка:

- а. не совершенная конкуренция;
- б. монополистическая конкуренция;
- в. олигополия;
- г. чистая монополия.

4. Автор трактует конкурентоспособность - «Реальная и потенциальная способность предприятия, а также имеющихся у него для этого возможностей проектировать, изготавливать и сбывать товары, которые по своим ценовым и неценовым характеристикам в комплексе более привлекательны для потребителей, чем товары конкурентов».

- а. Забелин П.В.;
- б. Пичурин И.И.;
- в. Воронов Д.С.;
- г. Портер М.

5. К факторам базирования предприятия относят:

- а. условия факторов производства;
- б. условия спроса;
- в. условия предложения;
- г. родственные и смежные предприятия;
- д. условия инвестиционной поддержки;
- е. стратегия и структура предприятия.

6. Внутренние конкурентные преимущества группируются по следующим аспектам:

- а. конкурентоспособность изделия;
- б. прозрачность бюджетного процесса;
- в. финансовое состояние предприятия;
- г. наличие рейтинга в кредитном агентстве;

- д. эффективность маркетинговой деятельности;
- е. рентабельность продаж;
- ж. инвестиционная привлекательность региона;
- з. имидж (марочный капитал) предприятия;
- и. эффективность менеджмента.

7. Среди качественных показателей можно выделить две категории параметров:

- а. жесткие
- б. дисконтные;
- в. сбытовые;
- г. мягкие.
- д. Финансовые.

8. В качестве некоторых базовых параметров оценки товара выделяют следующие:

- а. потребность покупателей;
- б. конкурирующий товар;
- в. финансовые потоки;
- г. ассортиментный сдвиг товара;
- д. величина полезного эффекта.

9. При оценке конкурентоспособности товара применяют следующие методы:

- а. дифференциальный;
- б. вариативный;
- в. комплексный;
- г. смешанный;
- д. унифицированный.

10. Критерии «эффективности» должны позволять:

- а. прогнозировать;
- б. разрабатывать стратегию;
- в. оценивать достижение цели;
- г. сравнивать разные цели между собой.
- д. хеджировать риски.

11. Согласно Р.Баззелу, Б. Гейлу и Р.Салтану есть следующие стратегии, касающиеся доли на рынке:

- а. наращивания;
- б. уклонения;
- в. удержания;
- г. диверсификации;
- д. «уборки урожая».

12. В маркетинге, важными являются следующие аспекты конкуренции:

- а. состязательное взаимодействие фирм на рынке;
- б. инвестиционная привлекательность;
- в. ограниченность платежеспособного спроса;
- г. развитие только на доступных сегментах рынка;
- д. технико-технологический уклад.

13. В экономической литературе конкуренцию по методам ее обеспечения принято разделять на:

- а. ценовую;
- б. глобальную;
- в. неценовую;
- г. совершенную.

14. Ценовая конкуренция применяется в случаях:

- а. борьбы с монополиями;
- б. наращивания выручки;
- в. для вхождения на рынки с новыми товарами;
- г. для укрепления позиций при проблемах сбыта;
- д. сверхбыстрого роста издержек.

15. К неценовым методам конкуренции относятся:

- а. инновационные;
- б. финансовые;
- в. маркетинговые;
- г. организационные;
- д. дисконтные;
- е. логистические;
- ж. модернизационные;
- з. бюджетные;
- и. рекламные;
- к. инжиниринговые.

16. К незаконным методам неценовой конкуренции относятся:

- а. промышленный шпионаж;
- б. демпинг сырьевой продукции;
- в. перевербовка ключевых специалистов;
- г. выпуск поддельной продукции (контрафакта);
- д. стратегия снижения налоговых выплат;
- е. подкуп должностных лиц (коррупция);
- ж. фальсификация правонарушений (клевета);
- з. шантаж, устрашение, террор.

17. Выделяются следующие направления конкурентной деятельности предприятия на рынке:

- а. сырье;
- б. продукт;
- в. технологии;
- г. информация;
- д. кадры;
- е. сбыт;
- ж. стратегия;
- з. покупатели.

18. В соответствии с этапами принятия потребителем решения о покупке можно выделить следующие виды конкуренции:

- а. желания-конкуренты;

- б. функциональная;
- в. циклическая;
- г. непрерывная;
- д. межфирменная;
- е. гендерная;
- ж. межтоварная.

19. Ситуация на рынке, на котором присутствует в силу определенных экономических условий одна фирма.

- а. монополия;
- б. монополия;
- в. олигополия;
- г. олигополия.

20. Тип рыночной структуры несовершенной конкуренции, в которой доминирует крайне малое количество торговых фирм.

- а. монополия;
- б. олигополия;
- в. олигополия;
- г. монополия.

21. К первичным видам деятельности предприятия в соответствии с «цепочкой ценности» относятся:

- а. логистика;
- б. инноватика;
- в. выполнение работ;
- г. маркетинг и продажи;
- д. инвестирование;
- е. послепродажное обслуживание.

22. Вторичные процессы в «цепочке ценности»:

- а. сбыт и реклама;
- б. материально-техническое снабжение;
- в. развитие технологии;
- г. логистика;
- д. маркетинг и выручка;
- е. управление людскими ресурсами;
- ж. инфраструктура предприятия;
- з. гарантийные работы.

23. Стратегия предприятий, вставших на путь изготовления специфической продукции для узкого круга потребителей.

- а. коммутантная;
- б. виолентная;
- в. пациентная;
- г. эксплерентная.

24. Тип строения рынка по Штакельбергу в условиях когда много продавцов и много покупателей:

- а. олигополия;
- б. двусторонняя олигополия;

- в. двухсторонняя полиполия;
- г. монополия, ограниченная олигополией;
- д. монополия.

25. Критерии классификации рынков согласно суждений Э. Чемберлина и Дж. Блейна:

- а. взаимозаменяемость товаров;
- б. взаимозаменяемость товара и капитала;
- в. взаимозависимость предприятий;
- г. условие выхода с рынка;
- д. условие входа на рынок.

26. Типы рынка по Э. Чемберлину и Дж. Блейну:

- а. совершенная конкуренция;
- б. несовершенная конкуренция;
- в. монополистическая конкуренция;
- г. однородная олигополия;
- д. монополистическая конкуренция;
- е. неоднородная олигополия;
- ж. чистая олигополия;
- з. монополия.

27. Монополии как формы концентрации капитала делятся на следующие виды:

- а. картель;
- б. корпорация;
- в. синдикат;
- г. холдинг;
- д. трест;
- е. концерн;
- ж. кластер;
- з. конгломерат.

28. Качественные критерии анализа конкуренции:

- а. по уровню доходов персонала;
- б. по степени дифференциации товара;
- в. по значению среднерыночной величины;
- г. по степени свободы проникновения в отрасль;
- д. по финансовому потенциалу;
- е. по различию применяемых действий.

29. По степени дифференциации товара выделяют:

- а. факторная конкуренция;
- б. гомогенная конкуренция;
- в. дифференциальная конкуренция;
- г. гетерогенная конкуренция.

30. По степени свободного проникновения в отрасль выделяют следующие виды конкуренции:

- а. прямая;
- б. явная.

- в. открытая;
- г. скрытая;
- д. закрытая.

Максимальное количество баллов 30.

Контрольная работа по теме «Факторы конкуренции конкурентоспособности на рынке. Факторы конкурентного анализа. Конкурентная среда предприятия. Методы конкурентного анализа»

Задание 1. Проанализируйте, на каких рынках (тип и характеристика рынка) действуют следующие продавцы товаров и услуг (предприятия): 1) Цветочный киоск, 2) Единственный в городе кинотеатр, 3) «Газпром», 4) Изобретатель. Определите тип строения рынка по Штакельбергу для второго продавца:

- а) монополия
- б) монопосония
- в) олигополия
- г) олигопсония.

Задание 2. Яблочный сок «Тонус» конкурирует с такими напитками как квас «Никола», яблочный сок «Моя семья», минеральная вода «Байкальская», лимонад «Буратино», персиковый сок «Моя семья», морковный сок «Красавчик». Определите, какие виды конкуренции существуют между данными товарами. И укажите вид конкуренции между яблочным соком «Тонус» и квасом «Никола»:

- а) конкуренция отсутствует;
- б) конкуренция носит только ценовой характер;
- в) конкуренция относительно потребительских свойств продукции.
- г) конкуренция происходит по уровню качества продукции.

Задание 3. Провести кратко конкурентный анализ предприятий в отрасли мясного животноводства Иркутской области по следующим критериям: продуктовый конкурентный анализ, ценовой конкурентный анализ, коммуникационный конкурентный анализ, сбытовой конкурентный анализ. Определите тип конкурентного строения рынка по Штакельбергу для производителей мяса:

- а) двухсторонняя полиполия
- б) олигополия
- в) двухсторонняя олигополия
- г) олигопсония.

Задание 4. Определите с помощью индекса Херфиндаля-Хиршмана степень концентрации конкуренции на рынке. В городе услуги по ремонту бытовой техники оказывают 4 основные компании, имеющие следующие рыночные доли – 25%. 15%, 11%. 8%. К какому типу рынков относится рынок ремонта бытовой техники в город:

- а) высоко концентрированные рынки

- б) умеренно концентрированные рынки
- в) низко концентрированные рынки.

Задание 5. Проанализируйте, на каких рынках (тип и характеристика рынка) действуют следующие продавцы товаров и услуг (предприятия): 1) Парфюмерная компания, 2) «Мегафон», 3) Продавец Лады Калины, 4) Автозаправочная станция. Определите тип строения рынка по Штакельбергу для третьего продавца по состоянию на март 2016 г.:

- а) двухсторонняя полиполия
- б) моносония, ограниченная олигополией
- в) двухсторонняя олигополия
- г) монополия, ограниченная олигополией.

Задание 6. Яблочный сок «Моя семья» конкурирует с такими напитками как квас «Бородинский», яблочный сок «Тонус», минеральная вода «Байкальская», лимонад «Буратино», томатный сок «J 7», морковный сок «Добрый». Какие виды конкуренции существуют между данными товарами. И определите вид конкуренции между яблочным соком «Моя семья» и яблочным соком «Тонус»:

- а) конкуренция отсутствует;
- б) конкуренция носит только ценовой характер;
- в) конкуренция происходит только по качеству продукции;
- г) конкуренция идет по качеству и по цене продукции;
- д) конкуренция ведется относительно потребительских свойств продукции.

Задание 7. Определите с помощью индекса Херфиндаля-Хиршмана степень концентрации конкуренции на рынке. В городе услуги по установке бронированных дверей предлагают основные 4 компании, имеющие следующие доли: 12,3%, 12,2%, 11% и 10.1%.

К какому типу рынков относится рынок ремонта бытовой техники в городе:

- а) высоко концентрированные рынки
- б) умеренно концентрированные рынки
- в) низко концентрированные рынки.

Задание 8. Провести кратко конкурентный анализ предприятий торговой отрасли в г. Иркутске по следующим критериям: продуктовый конкурентный анализ, ценовой конкурентный анализ, коммуникационный конкурентный анализ, сбытовой конкурентный анализ. Определите тип конкурентного строения рынка по Штакельбергу для производителей и продавцов огурцов:

- а) двухсторонняя полиполия
- б) олигополия
- в) двухсторонняя олигополия
- г) олигосония.

Задание 9. Проанализируйте, на каких рынках (тип и характеристика рынка) действуют следующие продавцы товаров и услуг (предприятия): Продавец ягоды Калины, Подвал «Продукты», Водоснабжение города, Продавец рыбы. Определите тип строения рынка по Штакельбергу для первого продавца:

- а) монополия, ограниченная олигопсонией

- б) монополия, ограниченная олигополией
- в) двухсторонняя олигополия
- г) олигополия.

Задание 10. Яблочный сок «Добрый» конкурирует с такими напитками как квас «Никола», яблочный сок «Моя семья», минеральная вода «Байкальская», лимонад «Буратино», персиковый сок «Добрый», морковный сок «Красавчик». Какие виды конкуренции существуют между данными товарами. И определите вид конкуренции между яблочным соком «Добрый» и персиковым соком «Добрый»:

- а) конкуренция отсутствует;
- б) конкуренция ведется относительно потребительских свойств напитков.
- в) конкуренция носит только ценовой характер;
- г) конкуренция происходит по уровню качества продукции.

Максимальное количество баллов 30.

Список рекомендованной литературы

1. Красюк И. Н. Аспекты конкурентоспособности и управления собственными торговыми марками на розничных торговых предприятиях: монография [Электронный учебник] / И.Н. Красюк, С.А. Калугина, А.С. Шульдешов. - Москва: Дашков и К, 2015. - Режим доступа: http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1_id=70511

2. Омарова Н. Ю. Управление производственными затратами в конкурентной среде [Текст]: учеб. пособие для высш. аграр. учеб. заведений по направлениям 080100 «Экономика» и 080500 «Менеджмент» / Н. Ю. Омарова, Л. Н. Косякова, А. Л. Попова. - СПб. : Проспект Науки, 2011. - 223 с. : табл. ; 21 см. - Библиогр.: с. 192-201. - ISBN 978-5-903090-64-8: 580.00 р.

3. Рыжикова Т.Н. Анализ деятельности конкурентов [Текст]: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по направлениям подгот. 38.03.02 (080200.65) «Менеджмент» (квалификация (степень) «бакалавр») / Т. Н. Рыжикова. - М. : ИНФРА-М, 2015. - 266 с. ; 22 см. - (Высшее образование : Бакалавриат). - Библиогр.: с. 262-263. - ISBN 978-5-16-010215-3: 477.00

1. Теория и практика оценки конкурентоспособности [Электронный учебник] : учеб. пособие / Е. В. Чмышенко [и др.]. - Оренбург: ООО "Агентство Пресса", 2013. - 150 с. - Режим доступа: <https://lib.rucont.ru/efd/216171>

2. условиях конкурентных рынков: сбалансированные системы показателей, методы и средства конкурентного анализа и контроллинга трансформаций в бизнесе [Электронный учебник]: монография / Дейнега В.Г. - Волгоград: Изд-во ВолГУ, 2012. - 243 с. - Режим доступа: <https://lib.rucont.ru/efd/245797>.

3. Конкурентоспособность национальной экономики: регионально-отраслевые аспекты оценки: монография [Электронный учебник]: Монография. - : ЯрГУ, 2011. - 412 с. - Режим доступа: <https://lib.rucont.ru/efd/237974>.

4. Мазлоев В. З. Конкурентные стратегии аграрных организаций [Текст] / В. З. Мазлоев, А. Н. Сёмин, Н. В. Боровских. - М. : Колос, 2009. - 465 с. ; 21 см. - Библиогр. рус., англ., нем. - Библиогр.: с. 442-465. - ISBN 978-5-10-0040055-2 : 351.90 р.

5. Меркулина И. А. Конкурентные преимущества современной фирмы: Учебное пособие [Электронный учебник] / И. А. Меркулина. - Москва: Дашков и К, 2017. - Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/94053>.

6. Моргунов В. И. Конкурентоспособность менеджмента на основе современных форм и методов управления предприятиями [Электронный учебник] / Моргунов В.И., Моргунов Г.В.. - Москва: Дашков и К, 2014. - Режим доступа: http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1_id=70533.

7. Оценка стоимости бизнеса и финансовых активов // Т. Ф. Боряева [и др.]. - Пенза: РИО ПГАУ, 2019. - 207 с. - Режим доступа: <https://lib.rucont.ru/efd/704836>

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети Интернет, необходимых для освоения дисциплины:

1. Электронная информационно-образовательная среда ФГБОУ ВО Иркутского государственного аграрного университета имени А.А. Ежевского (ЭИОС Иркутского ГАУ) [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://ios.irsau.ru/>
2. Электронная библиотека ФГБОУ ВО Иркутского государственного аграрного университета имени А.А. Ежевского (ЭБС Иркутского ГАУ) [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://elib.irsau.ru>
3. Электронный каталог библиотеки ФГБОУ ВО Иркутского государственного аграрного университета имени А.А. Ежевского (База данных Иркутского ГАУ) [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://195.206.39.222:36040/cgi-bin/irbis64r_15/cgiirbis_64.exe?LNG=&C21COM=F&I21DBN=AGRIS&P21DBN=AGRIS&S21FMT=&S21ALL=&Z21ID=&S21CNR=
4. <http://www.gks.ru> – сайт Федеральной службы государственной статистики – официальная статистика по России, госзакупки, публикации.
5. <http://www.irkutskstat.gks.ru> – сайт Территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Иркутской области – официальная статистика по Иркутской области, муниципальная статистика, отчетность, публикации.
6. <http://www.fao.org> – сайт Продовольственной и сельскохозяйственной организации Объединенных наций – официальная статистика, новости, документы.
7. <http://window.edu.ru> – единое окно доступа к образовательным ресурсам.

Монгуш Юлия Дмитриевна

Анализ конкурентоспособности бизнеса
(Учебная программа)

Лицензия на издательскую деятельность
ЛР № 070444 от 11.03.98 г.
Подписано в печать 15.08.14 г.
Тираж 80 экз.

Издательство Иркутского государственного
аграрного университета имени А. А. Ежевского
664038, Иркутская обл., Иркутский р-н,
пос. Молодежный