

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

Институт экономики, управления и прикладной информатики

Кафедра финансов, бухгалтерского учета и анализа

Монгуш Ю.Д.

Методы оценки конкурентоспособности бизнеса

Учебная программа для самостоятельной работы студентов
направления подготовки 38.04.02 – «Менеджмент»
очного и заочного обучения

УДК 336.7

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.).

Рецензент:

Д.И. Иляшевич - к.э.н., доцент кафедры финансов, бухгалтерского учета и анализа Иркутского ГАУ

Монгуш Ю. Д. Методы оценки конкурентоспособности бизнеса: учебная программа для самостоятельной работы студентов направления подготовки 38.04.02 – Менеджмент очного и заочного обучения. – Молодежный: Изд-во Иркутского ГАУ, 2022. – 27 с.

Учебная программа по дисциплине «Методы оценки конкурентоспособности бизнеса» предназначено для самостоятельной работы студентов направления подготовки 38.04.02 – Менеджмент и включают цель и задачи дисциплины, объем, виды учебной деятельности, содержание учебной дисциплины, учебно-методическое обеспечение, а также задания для студентов очной и заочной форм обучения.

© Монгуш Ю.Д., 2022
© Иркутский ГАУ, 2022

Содержание

ВВЕДЕНИЕ	4
ТИПОВЫЕ КОНТРОЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ ДЛЯ СТУДЕНТОВ ОЧНОЙ ФОРМЫ ОБУЧЕНИЯ	5
ТИПОВЫЕ КОНТРОЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ ДЛЯ СТУДЕНТОВ ЗАОЧНОЙ ФОРМЫ ОБУЧЕНИЯ	14
Список рекомендованной литературы	26

ВВЕДЕНИЕ

Цель освоения дисциплины: овладение методикой анализа конкурентной ситуации на рынке с целью ее применения в коммерческой практике.

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:

ПК-4 - способен проводить оценку эффективности инвестиционных проектов и рисков.

Содержание дисциплины:

Тема 1. Становление и развитие теории конкуренции на рынке. Роль конкуренции в рыночной экономике.

Тема 2. Анализ отрасли и конкурентной ситуации на рынке.

Тема 3. Виды конкуренции, основные понятия. Факторы конкуренции конкурентоспособности на рынке Факторы конкурентного анализа.

Тема 4. Конкурентная среда предприятия. Исследование конкурентной среды.

Тема 5. Основы конкурентного анализа рынка. Методы конкурентного анализа

ТИПОВЫЕ КОНТРОЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ ДЛЯ СТУДЕНТОВ ОЧНОЙ ФОРМЫ ОБУЧЕНИЯ

Самостоятельная работа студентов по дисциплине «Методы оценки конкурентоспособности бизнеса» заключается в решении ситуационных задач, в изучении литературных источников, периодических изданий, нормативных документов, методической литературы по всем темам дисциплины, подготовке конспектов, переданных на самостоятельное изучение, а также подготовке к тестированию и самостоятельной работе.

При подготовке к экзамену особое значение должно быть уделено запоминанию основных терминов, определений и формул. Задачи для экзамена составляются на основании тех задач, которые были решены на практических занятиях, но с другими данными. На экзамене каждому студенту выдается персональное задание. При возникновении трудности в оценке преподаватель может задавать дополнительные вопросы.

Комплект тестовых заданий по теме «Анализ отрасли и конкурентной ситуации на рынке»

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 трактовки конкурентоспособности - «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. олигопсония;
- в. олигополия;
- г. монопсония.

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. олигопсония;
- б. двусторонняя олигополия;
- в. двусторонняя полиполия;
- г. монопсония, 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 (каждый вопрос по 1 баллу)

**Комплект письменных заданий для самостоятельной работы по теме
«Основы конкурентного анализа рынка. 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», пиво «Балтика», яблочный сок «Моя семья», минеральная вода «Волжанка», 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 городе:

- 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) монопсония, ограниченная олигополией
- в) двухсторонняя олигополия
- г) монополия, ограниченная олигополией

Задание 6. Яблочный сок «Моя семья» конкурирует с такими напитками как квас «Бархатный», пиво «Балтика», яблочный сок «Тонус», минеральная вода «Волжанка», лимонад «Ситро», 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) олигопсония

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», пиво «Балтика», яблочный сок «Моя семья», минеральная вода «Волжанка», 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 (каждая задача по 3 балла)

Критерии оценки контрольных работ

При проверке усвоения материала выявляется полнота, прочность усвоения студентами теории и умение применять ее на практике в знакомых и незнакомых ситуациях; способность анализировать ситуации и прогнозировать возможное их развитие в будущем. Отметка зависит также от наличия и характера погрешностей, допущенных студентами.

Максимальный балл за контрольную работу – 30. Баллы за контрольную работу распределяются пропорционально стандартных оценок.

Оценка «**отлично**» ставится за работу, выполненную полностью без ошибок и недочетов.

Оценка «**хорошо**» ставится за работу, выполненную полностью, но при наличии в ней не более одной негрубой ошибки и одного недочета; не более трех недочетов.

Оценка «**удовлетворительно**» ставится, если студент правильно выполнил не менее 2/3 всей работы или допустил:

- не более одной грубой ошибки и двух недочетов;
- не более одной грубой и одной негрубой ошибки;
- не более трех негрубых ошибок;
- одной негрубой ошибки и трех недочетов;
- при наличии четырех-пяти недочетов.

Оценка «**неудовлетворительно**» ставится, если число ошибок и недочетов превысило норму для оценки 3 или правильно выполнено менее 2/3 всей работы.

Виды ошибок:

I. Грубые ошибки:

1. Незнание определений основных понятий, законов, правил, основных положений теории, формул, общепринятых символов обозначения абсолютных, относительных и средних величин, единиц их измерения.

2. Неумение выделить в ответе главное.

3. Неумение применять знания для решения задач и объяснения социально-экономических явлений; неправильно сформулированные вопросы задачи или неверные

объяснения хода ее решения; незнание приемов решения задач, аналогичных ранее решенных на практических занятиях, ошибки, показывающие неправильное понимание условия задачи или неправильное истолкование решения.

4. Неумение читать и строить таблицы, графики.

5. Неумение провести необходимые расчеты, или использовать полученные данные для выводов.

II. Негрубые ошибки:

1. Неточности формулировок, определений, понятий, законов, теорий, вызванные неполнотой охвата основных признаков определяемого понятия.

2. Нерациональный выбор хода решения.

III. Недочеты:

1. Нерациональные записи при вычислениях, нерациональные приемы вычисления, преобразований и решений ситуационных задач.

2. Арифметические ошибки в вычислениях, если эти ошибки грубо не искажают реальность полученного результата.

3. Отдельные погрешности в формулировке вопроса или ответа.

4. Небрежное выполнение записей, схем, графиков. Орфографические и пунктуационные ошибки.

ТИПОВЫЕ КОНТРОЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ ДЛЯ СТУДЕНТОВ ЗАОЧНОЙ ФОРМЫ ОБУЧЕНИЯ

Контрольные задания для заочной формы обучения

Последние цифры номера зачетной книжки	Вариант	Тест
1	1	Тест
2	2	
3	3	
4	4	
5	5	
6	6	
7	7	
8	8	
9	9	
10	10	

Обязательно: нумерация страниц; ставить ссылки в теоретической части на список литературы (например, если абзац взят из пятого источника в списке литературы со страниц 15-20, то ссылка оформляется [5, с. 15-20]).

Ответы по тесту разместить в таблицу.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

Решение задачи описать **подробно с выводами**.

Оригинальность текста Теоретической части контрольной работы **более 30%**.

Объем контрольной работы **15-20 страниц**.

Минимальное количество **источников литературы 10**.

На титульном листе обязательно указывать **№ зачетки**.

Обязательно используем ЭБС университета!

Номер варианта соответствует последней цифре номера зачетной книжки

ВАРИАНТ № 1:

Задание 1. Роль конкуренции в рыночной экономике

Задание 2. 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 3. Яблочный сок «Тонус» конкурирует с такими напитками как квас «Никола», пиво «Балтика», яблочный сок «Моя семья», минеральная вода «Волжанка», 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 4 Тест

ВАРИАНТ № 2:

Задание 1. Факторы конкуренции конкурентоспособности на рынке

Задание 2. 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 3. 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) монопосония, ограниченная олигополией
- в) двухсторонняя олигополия
- г) монополия, ограниченная олигополией

Задание 4 Тест

ВАРИАНТ № 3:

Задание 1. Основы конкурентного анализа рынка

Задание 2. 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 3. Яблочный сок «Тонус» конкурирует с такими напитками как квас «Никола», пиво «Балтика», яблочный сок «Моя семья», минеральная вода «Волжанка», 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 4 Тест

ВАРИАНТ № 4:

Задание 1. Анализ отрасли и конкурентной ситуации на рынке

Задание 2. Яблочный сок «Тонус» конкурирует с такими напитками как квас «Никола», пиво «Балтика», яблочный сок «Моя семья», минеральная вода «Волжанка», 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.

конкуренция происходит по уровню качества продукции;**Задание 3.**

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 городе:

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

Задание 4 Тест

ВАРИАНТ № 5:

Задание 1. Становление и развитие теории конкуренции на рынке

Задание 2. Яблочный сок «Моя семья» конкурирует с такими напитками как квас «Бархатный», пиво «Балтика», яблочный сок «Тонус», минеральная вода «Волжанка», лимонад «Ситро», 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 3. 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 4 Тест

ВАРИАНТ № 6:

Задание 1. Виды конкуренции, основные понятия

Задание 2. 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:

- д) монополия, ограниченная олигопсонией
- е) монополия, ограниченная олигополией
- ж) двухсторонняя олигополия
- з) олигополия

Задание 3. Яблочный сок «Добрый» конкурирует с такими напитками как квас «Никола», пиво «Балтика», яблочный сок «Моя семья», минеральная вода «Волжанка», 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;

Задание 4 Тест

ВАРИАНТ № 7:

Задание 1. Конкурентная среда предприятия и ее исследование

Задание 2. 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:

- г) высоко концентрированные рынки
- д) умеренно концентрированные рынки
- е) низко концентрированные рынки

Задание 3. 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) олигопсония

Задание 4 Тест

ВАРИАНТ № 8:

Задание 1. Анализ отрасли и конкурентной ситуации на рынке

Задание 2. 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.:

- д) двухсторонняя полиполия
- е) монопсония, ограниченная олигополией
- ж) двухсторонняя олигополия
- з) монополия, ограниченная олигополией

Задание 3. Яблочный сок «Моя семья» конкурирует с такими напитками как квас «Бархатный», пиво «Балтика», яблочный сок «Тонус», минеральная вода «Волжанка», лимонад «Ситро», 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»:

- е) конкуренция отсутствует;
- ж) конкуренция носит только ценовой характер;
- з) конкуренция происходит только по качеству продукции;
- и) конкуренция идет по качеству и по цене продукции;
- к) конкуренция ведется относительно потребительских свойств продукции

Задание 4 Тест

ВАРИАНТ № 9:

Задание 1. Основы конкурентного анализа рынка

Задание 2. 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 3. 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) монополия, ограниченная олигополией
- в) двухсторонняя олигополия
- г) монополия, ограниченная олигополией

Задание 4 Тест

ВАРИАНТ № 10:

Задание 1. Методы конкурентного анализа

Задание 2. 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:

- д) двухсторонняя полиполия
- е) олигополия
- ж) двухсторонняя олигополия
- з) олигополия

Задание 3. 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 городе:

- г) высоко концентрированные рынки
- д) умеренно концентрированные рынки
- е) низко концентрированные рынки

Задание 4 Тест

Тест

1.Выделяют следующие подходы к оценке конкурентоспособности предприятия:

- ж. по специализации основной деятельности;
- з. по конкурентоспособности продукции;
- и. по целям стратегического развития;
- к. по способности состязаться и адаптироваться;
- л. по эффективности деятельности;
- м. по месту в производственной цепочке.

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

- е. уход старых игроков с рынка;
- ж. появление продуктов-заменителей;
- з. социальный потенциал поставщиков;
- и. экономический потенциал покупателей;
- к. состязательность между соперниками.

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

- д. не совершенная конкуренция;
- е. монополистическая конкуренция;
- ж. олигополия;
- з. чистая монополия.

4.Автор трактовки конкурентоспособности - «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».

- д. Забелин П.В.;
- е. Пичурин И.И.;
- ж. Воронов Д.С.;
- з. Портер М.

5.К факторам базирования предприятия относят:

- ж. условия факторов производства;
- з. условия спроса;
- и. условия предложения;
- к. родственные и смежные предприятия;
- л. условия инвестиционной поддержки;
- м. стратегия и структура предприятия.

6.Внутренние конкурентные преимущества группируются по следующим аспектам:

- к. конкурентоспособность изделия;
- л. прозрачность бюджетного процесса;
- м. финансовое состояние предприятия;
- н. наличие рейтинга в кредитном агентстве;

- о. эффективность маркетинговой деятельности;
- п. рентабельность продаж;
- р. инвестиционная привлекательность региона;
- с. имидж (марочный капитал) предприятия;
- т. эффективность менеджмента.

7. Среди качественных показателей можно выделить две категории параметров:

- е. жесткие
- ж. дисконтные;
- з. сбытовые;
- и. мягкие.
- к. финансовые.

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

- е. потребность покупателей;
- ж. конкурирующий товар;
- з. финансовые потоки;
- и. ассортиментный сдвиг товара;
- к. величина полезного эффекта.

9. При оценке конкурентоспособности товара применяют следующие методы:

- е. дифференциальный;
- ж. вариативный;
- з. комплексный;
- и. смешанный;
- к. унифицированный.

10. Критерии «эффективности» должны позволять:

- е. прогнозировать;
- ж. разрабатывать стратегию;
- з. оценивать достижение цели;
- и. сравнивать разные цели между собой.
- к. хеджировать риски.

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

- е. наращивания;
- ж. уклонения;
- з. удержания;
- и. диверсификации;
- к. «уборки урожая».

12. В маркетинге, важными являются следующие аспекты конкуренции:

- е. состязательное взаимодействие фирм на рынке;
- ж. инвестиционная привлекательность;
- з. ограниченность платежеспособного спроса;
- и. развитие только на доступных сегментах рынка;
- к. технико-технологический уклад.

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

- д. ценовую;
- е. глобальную;
- ж. неценовую;
- з. совершенную.

14. Ценовая конкуренция применяется в случаях:

- е. борьбы с монополиями;
- ж. наращивания выручки;
- з. для вхождения на рынки с новыми товарами;
- и. для укрепления позиций при проблемах сбыта;
- к. сверхбыстрого роста издержек.

15. К неценовым методам конкуренции относятся:

- л. инновационные;
- м. финансовые;
- н. маркетинговые;
- о. организационные;
- п. дисконтные;
- р. логистические;
- с. модернизационные;
- т. бюджетные;
- у. рекламные;
- ф. инжиниринговые.

16. К незаконным методам неценовой конкуренции относятся:

- и. промышленный шпионаж;
- к. демпинг сырьевой продукции;
- л. перевербовка ключевых специалистов;
- м. выпуск поддельной продукции (контрафакта);
- н. стратегия снижения налоговых выплат;
- о. подкуп должностных лиц (коррупция);
- п. фальсификация правонарушений (клевета);
- р. шантаж, устрашение, террор.

17. Выделяются следующие направления конкурентной деятельности предприятия на рынке:

- и. сырье;
- к. продукт;
- л. технологии;
- м. информация;
- н. кадры;
- о. сбыт;
- п. стратегия;
- р. покупатели.

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

- з. желания-конкуренты;

- и. функциональная;
- к. циклическая;
- л. непрерывная;
- м. межфирменная;
- н. гендерная;
- о. межтоварная.

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

- д. монополия;
- е. монополия;
- ж. олигополия;
- з. олигополия.

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

- д. монополия;
- е. олигополия;
- ж. олигополия;
- з. монополия.

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

- ж. логистика;
- з. инноватика;
- и. выполнение работ;
- к. маркетинг и продажи;
- л. инвестирование;
- м. послепродажное обслуживание.

22. Вторичные процессы в «цепочке ценности»:

- и. сбыт и реклама;
- к. материально-техническое снабжение;
- л. развитие технологии;
- м. логистика;
- н. маркетинг и выручка;
- о. управление людскими ресурсами;
- п. инфраструктура предприятия;
- р. гарантийные работы.

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

- д. коммутантная;
- е. виолентная;
- ж. пациентная;
- з. эксплерентная.

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

- е. олигополия;
- ж. двусторонняя олигополия;

- з. двухсторонняя полиполия;
- и. монополия, ограниченная олигополией;
- к. монополия.

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

- е. взаимозаменяемость товаров;
- ж. взаимозаменяемость товара и капитала;
- з. взаимозависимость предприятий;
- и. условие выхода с рынка;
- к. условие входа на рынок.

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

- и. совершенная конкуренция;
- к. несовершенная конкуренция;
- л. монополистическая конкуренция;
- м. однородная олигополия;
- н. монополистическая конкуренция;
- о. неоднородная олигополия;
- п. чистая олигополия;
- р. монополия.

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

- и. картель;
- к. корпорация;
- л. синдикат;
- м. холдинг;
- н. трест;
- о. концерн;
- п. кластер;
- р. конгломерат.

28. Качественные критерии анализа конкуренции:

- ж. по уровню доходов персонала;
- з. по степени дифференциации товара;
- и. по значению среднерыночной величины;
- к. по степени свободы проникновения в отрасль;
- л. по финансовому потенциалу;
- м. по различию применяемых действий.

29. По степени дифференциации товара выделяют:

- д. факторная конкуренция;
- е. гомогенная конкуренция;
- ж. дифференциальная конкуренция;
- з. гетерогенная конкуренция.

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

- е. прямая;

- ж. явная.
- з. открытая;
- и. скрытая;
- к. закрытая.

Критерии оценки контрольных работ

Качество контрольной работы рассматривается как важный показатель успеваемости студента по дисциплине, являясь необходимым условием допуска к экзамену. Контрольная работа должна показать, насколько студент-заочник овладел темами вопросов изучаемой дисциплины.

При оценке контрольной работы уделяется внимание таким критериям как правильный выбор варианта, соответствие содержания самой работы вопросам варианта контрольной, полнота ответа на все вопросы варианта работы с демонстрацией знания материала по темам вопросов, владение специальной терминологией, и соблюдение всех требований к оформлению.

Баллы за контрольную работу распределяются пропорционально стандартных оценок.

Оценка **«отлично»** выставляется студенту в случае полного ответа на все вопросы варианта контрольной работы, с демонстрацией глубокого знания материала тем вопросов с применением специальной терминологии, грамотного изложения материала оформленного в соответствии с требованиями.

Оценка **«хорошо»** выставляется студенту в случае полного ответа на все вопросы варианта контрольной работы, с демонстрацией глубокого знания материала тем вопросов, но с некоторыми неточностями в использовании специальной терминологии, с незначительными стилистическими ошибками в изложении материала, при наличии неточности в выводах по теме вопросов, и с незначительными ошибками в оформлении.

Оценка **«удовлетворительно»** выставляется студенту за поверхностный ответ, неумение владеть специальной терминологией, затруднительные ответы на дополнительные вопросы, за отсутствие ответа на один из вопросов контрольной работы

Оценка **«неудовлетворительно»** ставится студенту, не давшему ответ на два и более вопроса контрольной работы, не владеющему терминологией по дисциплине, если выявлено небрежное или неправильное оформление, а также работа, взятая в готовом виде из базы сети Интернет. А также в случае, если на проверку представлены две одинаковые по содержанию работы, обе получают неудовлетворительную оценку.

Контрольная работа с оценкой **«неудовлетворительно»** возвращается студенту, который должен, в соответствии с замечаниями преподавателя, либо доработать ее, либо написать новую.

Список рекомендованной литературы

1. Красюк И. Н. Аспекты конкурентоспособности и управления собственными торговыми марками на розничных торговых предприятиях: монография [Электронный учебник] / Красюк И.Н., Калугина С.А., Шульдешов А.С.. - Москва: Дашков и К, 2015.Режим доступа: http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1_id=70511
2. 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>
3. 1. Дейнега В. Г.. Реструктуризация наукоемких промышленных предприятий в 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>.
4. Конкурентоспособность национальной экономики: регионально-отраслевые аспекты оценки : монография [Электронный учебник] : Монография. - : ЯрГУ, 2011. - 412 с.Режим доступа: <https://lib.rucont.ru/efd/237974>.
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 / [н/д]. - 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. <http://www.gks.ru> – сайт Федеральной службы государственной статистики –официальная статистика по России, госзакупки, публикации.
2. <http://www.irkutskstat.gks.ru> – сайт Территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Иркутской области – официальная статистика по Иркутской области, муниципальная статистика, отчетность, публикации.
3. <http://www.fao.org> – сайт продовольственной и сельскохозяйственной организации Объединенных наций – официальная статистика, новости, документы.
4. <http://www.rbc.ru> – сайт Информационного агентства «Росбизнесконсалтинг»

Юлия Дмитриевна Монгуш

Методы оценки конкурентоспособности бизнеса
(учебная программа)

Учебная программа для самостоятельной работы студентов
направления подготовки 38.04.02 Менеджмент очного и заочного
обучения

Лицензия на издательскую деятельность

ЛР № 070444 от 11.03.98 г.

Подписано в печать

Тираж 100 экз.

Издательство Иркутского государственного
Аграрного университета имени А.А. Ежевского

664038, Иркутская обл., Иркутский р-н,
пос. Молодежный