

**Міністерство освіти і науки
Херсонський державний університет**

кафедра фінансів, обліку та підприємництва

МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ

до проведення семінарських (практичних) занять
з навчальної дисципліни

« КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА »

для студентів ступеня вищої освіти «магістр»
денної (заочної) форми навчання

спеціальність 051 Економіка (Економіка підприємства)

Херсон 2019

Методичні рекомендації до проведення семінарських (практичних) занять з навчальної дисципліни «Конкурентоспроможність підприємства» для студентів ступеня вищої освіти «магістр» денної (заочної) форми навчання для спеціальності 051 Економіка (Економіка підприємства).

Укладачі: к.екон.н. доц. Федорчук О.М.

к.екон.н. доц. Ковальов В.В.

Рецензенти: Морозов Р.В. – професор кафедри менеджменту організацій ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет», доктор економічних наук, професор

Ушкаренко Ю.В. - завідувач кафедри економіки та міжнародних економічних відносин Херсонського державного університету, доктор економічних наук, професор

Рекомендовано вченою радою Херсонського державного університету (протокол № 12 від 24 червня 2019 р.) в якості методичних рекомендацій для проведення семінарських (практичних) занять студентів спеціальності 051 Економіка (Економіка підприємства) факультету економіки і менеджменту денної (заочної) форми навчання

ВСТУП

Метою викладання навчальної дисципліни "Конкурентоспроможність підприємства" є формування системи знань і практичних навичок з ефективного управління конкурентоспроможністю підприємства в сучасних умовах господарювання

Предметом вивчення навчальної дисципліни є: сучасні концепції, методичні підходи до оцінювання конкурентоспроможності підприємств та управління нею

Основними завданнями вивчення дисципліни "Конкурентоспроможність підприємств" освоєння інструментарію оцінки конкурентоспроможності продукції, що випускається та підприємства в цілому, а також діагностики власної конкурентної позиції підприємства на ринку; аналізу конкурентів та ринку в цілому, а також вибору на основі проведеного аналізу конкурентної стратегії у певному бізнесі; оволодіння методів формування конкурентних переваг підприємства; виявлення взаємозв'язку конкурентних переваг і конкурентоспроможності підприємства та обґрунтування необхідності розробки та прийняття управлінських рішень щодо підвищення конкурентоспроможності підприємства та його структурних підрозділів.

На практичних заняттях студенти закріплюють теоретичні знання, отримані як на лекціях, так і в процесі самостійного вивчення матеріалу, а також самостійно або у малих групах (при попередньому поясненні викладача), вирішують запропоновані завдання різного рівня складності, виробничі ситуації.

Вивчення навчальної дисципліни передбачає формування та розвиток у студентів загальних та фахових **компетентностей**:

- уміння взаємодіяти з персоналом при отриманні внутрішньогосподарської та зовнішньо-фінансової інформації;
- зрозуміле донесення інформації до членів групи, у складі якої вирішуються конкретні завдання та узгодження сумісних дій;
- своєчасне донесення якісної інформації до керівництва для прийняття зважених управлінських рішень;
- у складі групи фахівців, ґрунтуючись на нормах чинного законодавства, брати участь у розробці проектів перспективних і річних фінансових планів, підготовці планів виробництва і реалізації продукції, капітальних вкладень; розробці проектів планів розподілу прибутку, планових нормативів відрахувань до фондів підприємства.

- здатність ідентифікувати усі види конкурентних переваг, якими володіє підприємство, та визначати ті, що мають бути досягнутими в майбутньому для поліпшення його конкурентоспроможності;

- здатність економічно обґрунтовувати та конкретизувати функції управління конкурентоспроможністю підприємства;

- здатність практично застосовувати моделі та методики оцінювання конкурентоспроможності підприємства;

- здатність обґрунтувати та визначати різновид управління потенціалом підприємства задля його розвитку, підвищення конкурентоспроможності, вартості та ефективності

Програмні результати навчання:

- здійснювати аналіз положення підприємства у конкурентному середовищі;
- проводити діагностику поточної конкурентної стратегії;
- здійснювати аналіз конкурентних переваг, якими володіє підприємство, та визначати ті, що мають бути досягнутими в майбутньому для поліпшення його конкурентоспроможності;

- виконувати розрахунки, що пов'язані з оцінкою ступеню інтенсивності конкуренції;

- виконувати розрахунки та здійснювати аналіз одиничних, групових та інтегральних показників конкурентоспроможності продукції та конкурентоспроможності підприємства;

- визначати та конкретизувати функції управління конкурентоспроможністю підприємства.

Методичні вказівки складено у відповідності з робочою програмою курсу по даній дисципліні і вони необхідні для систематизації методичних прийомів проведення семінарських занять.

План практичних занять

Обсяг в годинах	Назва та стислий зміст практичного заняття	Мета заняття
Семестровий модуль 1		
2	<p>1. Актуальність проблеми забезпечення конкурентоспроможності суб'єктів господарювання та її вплив на економічні відносини. [8, с. 18-56], [9, с. 17-21, 41-75], [3, с. 7-39], [11, с.7-14]</p> <p>Підходи до визначення конкурентоспроможності. Види конкурентоспроможності, її взаємозв'язок з конкуренцією. Вплив підвищення рівня конкурентоспроможності підприємства на економічні відносини.</p>	<p>Засвоїти різні визначення конкурентоспроможності та її основні види. Розуміти зв'язок конкуренції з конкурентоспроможністю та їх вплив на економічні відносини в сучасних умовах господарювання.</p>
2	<p>2. Чинники забезпечення конкурентоспроможності та методи оцінювання її рівня. [3, с.231-285, 330-384], [8, с.268-277, 279-301], [9, с.220-225, 227-246], [11, с. 39-53]</p> <p>Визначення та класифікація чинників забезпечення конкурентоспроможності. Мета, принципи та основні етапи оцінювання конкурентоспроможності. Методи оцінювання конкурентоспроможності продукції. Методи оцінювання конкурентоспроможності підприємства.</p>	<p>Засвоїти основні чинники, що впливають на забезпечення конкурентоспроможності. Знати існуючі підходи до оцінювання конкурентоспроможності продукції та підприємства. Навчитися застосовувати методи оцінювання конкурентоспроможності на практиці.</p>
2	<p>3. Управління якістю як основа забезпечення конкурентоспроможності підприємства в сучасних умовах господарювання. [8, с. 334-384, 351-384], [3, с. 285-293, 472-523], [5, с. 11-91, 103-206], [9, с. 281-306], [11, с. 54-102]</p> <p>Об'єктивна необхідність забезпечення високого рівня якості продукції та послуг в сучасних умовах господарювання. Система показників якості. Оцінювання рівня якості та інструменти його підвищення. Статистичні методи аналізу та управління якістю продукції. Стандартизація і сертифікація в управлінні якістю та їх роль в підвищенні конкурентоспроможності.</p>	<p>Розуміти вплив рівня якості на формування конкурентних переваг. Закріпити знання про якісні характеристики продукції. Знати існуючі методи оцінювання рівня якості та вміти їх застосовувати. Засвоєння особливостей та оволодіння методологією статистичного аналізу якості продукції. Засвоєння особливостей вітчизняних та світових систем стандартизації і сертифікації.</p>
2	<p>4. Гнучкість виробництва як фактор забезпечення конкурентоспроможності підприємства.</p>	<p>Розуміти визначення гнучкості виробництва та її вплив на забезпечення конкурентоспроможності підприємства.</p>

	[1], [2], [4], [6], [7], [11, с. 103-109] Підходи до визначення гнучкості виробництва. Основні напрямки та джерела забезпечення гнучкості виробництва. Економічні переваги та недоліки гнучкого виробничого процесу. Вплив гнучкості виробництва на рівень конкурентоспроможності підприємства.	Розуміти напрямки і джерела забезпечення гнучкості виробництва та знати їх переваги і недоліки.
Семестровий модуль 2		
2	5. Ефективність підвищення рівня конкурентоспроможності та вплив на неї людського чинника. [5, с. 206-255], [8, с. 250-252, 175-180], [11, с. 139-158] Конкурентоспроможність і якість продукції, їх вплив на витрати та прибуток підприємства. Економічна та соціально-економічна ефективність підвищення рівня якості та конкурентоспроможності продукції. Управління персоналом підприємства при впровадженні систем якості. Роль та місце мотивації персоналу в системі управління конкурентоспроможністю підприємства.	Навчитися розраховувати вплив рівня якості та конкурентоспроможності на витрати і прибуток підприємства та оцінювати економічну ефективність його підвищення. Розуміти соціальну ефективність підвищення рівня конкурентоспроможності та роль людського фактора в її забезпеченні. Розвинути навички управління персоналом та застосування дієвих прийомів мотивації в системі управління конкурентоспроможністю.
2	6. Конкурентні переваги та система конкурентних стратегій підприємства. [3, с. 39-230], [8, с. 189-233], [9, с. 159-190], [11, с. 15-29, 115-126] Конкурентне середовище підприємства та його діагностика. Конкурентні переваги об'єктів та управління ними. Система конкурентних стратегій підприємства. Ситуаційне проектування конкурентної стратегії.	Засвоїти поняття конкурентне середовище, конкурентні переваги та конкурентні стратегії. Навчитися аналізувати конкурентне середовище, що склалося, оцінювати конкурентні переваги об'єктів та управляти ними. Знати методики розробки конкурентних стратегій та вміти їх застосовувати. Навчитися обирати найбільш ефективну конкурентну стратегію.
2	7. Теоретичні аспекти управління конкурентоспроможністю підприємства. [9, с. 86-144, 375-387], [8, с. 97-151, 487-500], [10, с. 5-49], [3, с. 414-470], [11, с. 30-38, 110-114, 127-138] Організація управління конкурентоспроможністю на підприємстві. Наукові підходи до управління конкурентоспроможністю. Формування системи управління конкурентоспроможністю підприємства. Розробка та забезпечення реалізації програми підвищення конкурентоспроможності.	Знати підходи до орієнтації управління на конкурентоспроможність та вміти їх застосовувати на практиці. Розуміти принципи та підходи до управління конкурентоспроможністю та навчитись їх застосовувати при формуванні системи управління конкурентоспроможністю підприємства. Розвинути навички в галузі розробки програми підвищення конкурентоспроможності, її реалізації та оцінці економічної ефективності.

Тести для самоконтролю

1. Конкуренція, предметом якої є невзаємозамінні товари та послуги, а результатом є встановлення середньої норми прибутку в економіці в цілому – це...:

- а) міжфірмова або внутрішньогалузева конкуренція;
- б) міжгалузева конкуренція;
- в) міждержавна та міжрегіональна конкуренція.

2. Ринкова ситуація, за якої відносно велика кількість невеликих виробників пропонують схожу, але не ідентичну продукцію. Кожне підприємство даного середовища задовольняє невелику частку ринкового попиту на продукцію, який реалізує підприємство. Це конкурентне середовище:

- а) досконалої конкуренції;
- б) монополістичної конкуренції;
- в) олігополії;
- г) монополії.

3. З-поміж всіх конкурентних сил (за моделлю М. Портера) найбільший вплив здійснює:

- а) суперництво між конкуруючими продавцями однієї галузі;
- б) конкуренція з боку товарів, що виробляються фірмами інших галузей, і що є гідними заміниками та конкурентоспроможні за ціною;
- в) загроза входу в галузь нових конкурентів.

4. Показник, який дає можливість оцінити розподіл ринкових часток за допомогою суми квадратів ринкових часток конкурентів – це:

- а) індекс концентрації;
- б) індекс Херфіндаля;
- в) індекс Херфіндаля-Хіршмана;
- г) вірна відповідь відсутня.

5. Конкурентоспроможність підприємства – це:

а) потенційна або реалізована здатність економічного суб'єкта до ефективного довготривалого функціонування у релевантному зовнішньому середовищі, що ґрунтується на конкурентних перевагах підприємства; визначає здатність підприємства витримувати конкуренцію на певному ринку; відображає позицію даного підприємства відносно конкурентів;

б) певний аспект менеджменту підприємства, спрямованого на формування, розвиток та реалізацію конкурентних переваг та забезпечення життєздатності підприємства як суб'єкта економічної конкуренції.

6. Основними критеріями конкурентоспроможності товарів виступають:

- а) безпечність;
- б) доступність;
- в) достовірність;
- г) всі відповіді вірні.

7. За класифікаційною ознакою “Місце виникнення” виділяють такі чинники конкурентоспроможності підприємства, як:

- а) незалежні;
- б) похідні;
- в) зовнішні;
- г) внутрішні.

8. Формування на підприємстві СУЯ дозволяє:

- а) забезпечити випуск продукції, що відповідає найкращим світовим зразкам;
- б) виготовляти продукцію, яка є найбільш конкурентоспроможною на ринку;

в) виготовляти продукцію, якість якої є стабільною та відповідає встановленим до неї вимогам;

г) дозволяє орієнтуватися на вимоги конкретного споживача

9. Упорядкуйте з точки зору еволюційного розвитку систем управління якістю:

а) статистичне управління якістю (SQC);

б) універсальний менеджмент якості (UQM);

в) система Тейлора;

г) тотальне управління якістю (TQC);

д) всеосяжний менеджмент якості (TQM).

10. Які елементи СУЯ згідно з вимогами стандарту ISO 9001:2000 повинні документуватися під час її створення й підготовки до сертифікації:

а) система якості;

б) управління невідповідною продукцією;

в) відповідальність керівництва;

г) управління ресурсами;

д) контроль якості;

е) випуск продукції;

ж) вимірювання, аналіз, поліпшення.

11. Конкурентна перевага являє собою:

а) сукупність навичок і технологій, яка базується на явних та прихованих знаннях, забезпечує формування цінностей у системі клієнта, є оригінальною по відношенню до конкурентів і відкриває доступ до нових ринків;

б) стрімке підвищення рівня конкуренції на внутрішньому і зовнішніх ринках;

в) суму, яку покупці згодні сплатити за товар або послуги, що пропонує виробник;

г) аналіз розвитку світової практики досягнення підприємствами комерційного успіху;

д) концентрований прояв переваги над конкурентами в різних сферах (видах) діяльності підприємства;

е) окремий сегмент ринку, на якому підприємство діє або на який прагне вийти.

12. До особливостей ключових компетенцій слід віднести:

а) Ключові компетенції рідко спираються на досвід або діяльність лише одного відділу.

б) Формування і вдосконалення компетенцій – завдання в першу чергу вищого керівництва.

в) Наявність ключових компетенцій не забезпечує базису для стійкої конкурентної позиції підприємства на ринку.

г) Для перетворення ключової компетенції фірми в конкретні можливості, що забезпечать довгострокову конкурентну перевагу, фірма повинна вкласти в їх створення і зміцнення більше зусиль, засобів і праці, ніж суперники.

д) Оскільки потреби клієнтів і ринкові умови змінюються часто і непередбачувано, компетенції фірми мають бути достатньо гнучкими і широкими, щоб відповідати будь-яким вимогам майбутнього.

13. Стратегічна зона господарювання має певні кількісні та якісні характеристики:

а) динамічні характеристики ринку (стабільний, зростаючий тощо);

б) особливості розподілу та продажу;

в) конкурентна позиція підприємства в сегменті;

г) фактичні (для діючих) та прогнозні величини відсотків по вкладах;

д) очікуваний обсяг продажу в поточному та перспективному періоді;

е) місткість СЗГ, що обмежується обсягами поточного попиту;

14. В якості базових стратегій формування конкурентної переваги М. Портер виокремив:

- а) стратегію лідерства у витратах;
- б) стратегію негайного реагування на потреби ринку;
- в) стратегію диференціації;
- г) стратегію зосередження.

15. У процесі оцінки і управління конкурентоспроможністю необхідно враховувати інтереси обох суб'єктів ринкових відносин (споживачів і виробників). Це принципи:

- а) принцип квазістабільності ринкової кон'юнктури;
- б) принцип переважно раціональної поведінки суб'єктів ринку;
- в) принцип протилежності цілей і засобів;
- г) принцип оцінки з позиції
- д) певного суб'єкта ринку: виробника, продавця, споживача.

16. Перевагами аналітично-розрахункового методу оцінки конкурентоспроможності товару є:

- а) те, що кожному товару може бути поставлено у відповідність будь-яке число, що значно полегшує порівняння їх конкурентоспроможності (чим більше число, тим більш конкурентоспроможний продукт);
- б) достатньо просте порівняння з товарами-конкурентами;
- в) метод дозволяє визначити ступінь відхилення даного продукту від ідеалу, що і визначає його конкурентоспроможність.

17. До складових управління конкурентоспроможністю продукції відносять:

- а) управління обслуговуванням в процесі продажу та післяпродажним сервісом;
- б) управління якістю;
- в) управління зовнішнім середовищем;
- г) управління витратами;
- д) управління фінансуванням та інвестиціями.

18. Серед основних засобів підвищення конкурентоспроможності підприємства можна виділити:

- а) промисловий інжиніринг: комп'ютеризація та автоматизація процесів на підприємстві, забезпечення гнучкості виробничого процесу;
- б) розпродаж основних виробничих засобів;
- в) організаційний розвиток;
- г) економічні засоби: управління запасами, фінансами;
- д) консультації знайомих та родичів;
- е) біхевіористські засоби.

19. До основних організаційних форм підвищення конкурентоспроможності відносяться:

- а) гуртки з альпінізму та туризму;
- б) гуртки підвищення якості та продуктивності;
- в) комплексні бригади по підвищенню якості та продуктивності;
- г) групи вихідного дня;
- д) групи по підвищенню якості та продуктивності;
- е) фірми підвищення продуктивності.

20. Упорядкуйте етапи розробки програми підвищення конкурентоспроможності:

- а) встановлення методів і вибір інструментарію вимірювання досягнутих результатів;

- б) створення організаційної структури програми;
- в) оцінка ефективності заходів, що запропоновані;
- г) формулювання стратегій реалізації програми;
- д) приготування розчинів;
- е) визначення та впорядкування пріоритетності цілей;
- ж) визначення витрат, що пов'язані з реалізацією програми;
- з) планування дій і визначення фаз програми;
- к) конкретизація цілей та діагностика ресурсних і часових обмежень.

Задачі для розв'язання на практичних заняттях

Задача 1. На підприємстві випускається сталевий лист, що використовується для виробництва труб і турбін. Планується в наступному періоді покращити якісні характеристики продукції за рахунок використання нової якісної сировини. При цьому зменшується товщина листа та зростає його вартість. Необхідно прийняти рішення про ефективність такого впровадження, розрахувавши індекси витрат з урахуванням зміни рівня якості та вартості матеріалу. Вихідні дані для розрахунку подані в таблиці.

Таблиця – Вихідні дані для розрахунків

Базові показники		Проектні показники	
Товщина листа, мм	Вартість листа, грн.	Товщина листа, мм	Вартість листа, грн.
4,45	44	3,04	49
4,91	74	2,61	53
4,01	43	2,39	50
3,98	45	2,01	52
3,12	46	1,9	52

Задача 2. Мале підприємство «Ауріка-бізнес» освоїло виробництво трьох видів побутової техніки — ваги побутові ДВП-5М, ваги побутові НПП-2, ваги підлогові ДВП-130.

Розрахувати інтегральний показник конкурентоспроможності товару за окремими видами побутової техніки і за цим показником визначити вид побутових ваг, який є найбільш конкурентоспроможним на ринку. Необхідні для розрахунків вихідні дані наведено у таблиці.

Таблиця – Вихідні дані по окремих видах вагів для розрахунку групових та інтегрального показників конкурентоспроможності продукції

Параметри	Оціночні значення параметрів по виробках, балів					
	Ваги побутові ДВП-5М		Ваги побутові НПП-2		Ваги підлогові ДВП-130	
	Еталонний виріб	Виріб фірми «Ауріка-бізнес»	Еталонний виріб	Виріб фірми «Ауріка-бізнес»	Еталонний виріб	Виріб фірми «Ауріка-бізнес»
Споживчі:						
• Надійність (дієздатність шкали)	8	6,2	7	5,8	8	5,2
• Довговічність (міцність і некорозійність металу)	7	6,1	6	5,6	7	6,2
• Зручність користування (дія механізму,	6	6,4	7	5,6	7	5,8

форма, маса)						
• Дизайн (зовнішнє оформлення)	8	7,6	8	6,4	8	6,2
• Гарантійне обслуговування	8	7,1	8	6,4	7	6,1
• Упаковка	6	5,6	6	2,4	6	5,8
Економічні:						
• Продажна ціна	6	8,2	7	9,0	7	7,1
• Витрати на ремонт	6	5,9	6	5,8	5	3,8
• Вартість обслуговування	5	5,1	7	5,2	7	5,8
• Непередбачувані витрати	3	2,7	3	2,1	3	2,0

* Оціночні значення параметрів по виробках у балах розраховано відносно до максимально можливої кількості балів – 10.

Задача 3. Визначити економічний ефект від проведення робіт з атестації виробництва, якщо трудомісткість розгляду заявки на атестацію виробництва дорівнює ТЗ=15 (чол-днів). Трудомісткість проведення атестації виробництва дорівнює ТА = 60. Середня денна зарплата працівника органа по сертифікації, Здн = 20 грн/день. Премія становить Пр = 20 %. Нарахування на зарплату КН = 37,5 %, накладні витрати КНВ = 80%. Податок на додану вартість ПДВ = 20%. Рентабельність Р = 20%.

Обсяг продажів:

- до атестації ВБ = 2600 грн; собівартість СП Б = 4000 грн, оптова ціна ЦОПТ Б = 4800 грн;

- після атестації ВН = 2850 грн; собівартість СП Н = 4040 грн, оптова ціна ЦОПТ Н = 4800 грн.

Додаткові витрати у виробника для підготовки виробництва до проведення атестації:

1. Попередні витрати, що пов'язані з розробкою додаткової науково-технічної документації по контролю якості сировини й матеріалів, виробничих процесів ЗПР = 21000 грн.

2. Оцінювані витрати на випробування й контроль вихідних матеріалів, збільшення витрат на контроль технологічних процесів, перевірку додаткових контрольно-вимірювальних приладів ЗОЦ = 22000 грн

3. Додаткові витрати на апаратуру й прилади ЗАП = 83000 грн.

Задача 4. АТ „Норд”, відомий вітчизняний виробник побутової техніки, планує вийти на ринок однієї з країн Далекого Сходу. Національне виробництво побутових холодильників у цій країні задовольняє попит лише на 20-25%, тому інтерес з боку експортерів-виробників цієї продукції досить великий Основним конкурентом виступає фірма „Лехел”, продукція якої вже захопила 20% досліджуваного ринку.

АТ „Норд” розглядає можливість виходу на ринок даної країни з холодильниками марок „Фріз” та „Сіріус”. Параметри якості холодильників наведено в табл. 1, а вартісні характеристики – у табл. 2.

Таблиця 1 – Основні параметри якості холодильників підприємств „Норд” та „Лехел”

№	Параметр	Розмірність параметра	Марка холодильника підприємства			Коефіцієнт вагомості параметра
			АТ „Норд”		„Лехел”	
			„Фріз”	„Сіріус”		
1	Надійність (ресурс)	тис. год.	130	100	130	0,30
2	Температура низькотемпературного відділення (НТВ)	°С	-15	-12	-12	0,19

3	Ємність НТВ	дм ³	50	40	60	0,20
4	Дизайн, у балах за 10-бальною шкалою	бал	6	4	5	0,15
5	Об'єм	л	280	250	240	0,16

Таблиця 2 – Вартісні характеристики холодильників підприємств „Норд” та „Лехел”

№	Вартісні характеристики	Марка холодильника		
		„Фріз”	„Сіріус”	„Лехел”
1	Ціна (Цпр), грн	1700	1400	1700
2	Сумарні витрати споживачів за весь термін експлуатації (М), грн	4500	6600	5000

Визначити інтегральні показники конкурентоспроможності двох марок холодильників підприємства „Норд” стосовно холодильника фірми „Лехел” і обґрунтувати рішення про доцільність виводу продукції на досліджуваний ринок.

Задача 5. За умов обмеженості інформації про конкурентів і відносної наближеності якісних характеристик продукції підприємств галузі (наприклад, коли ці характеристики регламентуються відповідними стандартами) для визначення приблизного рівня конкурентоспроможності продукції можна застосовувати оцінку такого рівня за співвідношенням цін на аналогічні товари фірм-конкурентів. У табл. 6 наведені ціни на товари підприємств-виробників моторокомплектів для двигунів, продукція яких відповідає вищезазначеним умовам.

Необхідно:

- на основі наведених даних розрахувати індекси конкурентоспроможності продукції за ціною для кожного виду продукції кожного підприємства;
- зробити висновки про рівень конкурентоспроможності продукції КП «Київтрактородеталь».

Таблиця 6 – Ціни на продукцію підприємств-виробників моторокомплектів для двигунів

Продукція	Ціни з ПДВ по підприємствах, грн.			
	КП «Київтрактородеталь»	Конотопський завод «Мотородеталь»	Костромський завод «Мотородеталь»	Завод «Поршень» (Харків)
Гільзи				
СМД-60-0110210 12	48,60	50,26	49,78	-
СМД-14-0102	41,64	52,66	-	-
КАМАЗ-740	37,80	43,78	39,94	53,04
КАМАЗ-3252	31,20	34,85	-	-
М-412-002020А1	13,80	12,24	-	-
СМД31-0102Б	50,40	64,44	-	-
Д-240-1002021	31,80	36,00	36,12	-
Д-245-1002021А	33,60	38,59	-	39,60
Газ-21-1002020	20,40	18,29	-	-

Газ-24-1002020	20,40	18,29	-	-
Газ-66	20,40	18,29	19,68	-
Поршні				
Д-240	34,20	34,85	-	43,32

Задача 6. На основі табл. 6, розрахувати рейтинги продукту та визначити кращу модель.

Таблиця 6 – Обчислення рейтингу двох типів кавомолок

Показник якості	Одиниця вимірювання	Порівняль на модель, P_i	Базова модель, P_{ib}
Номінальний вміст зерен кави	г	50	30
Час розмелювання	с	50	30
Номінальна потужність	Вт	150	130
Ефективність розмелювання	%	95	90
Маса	кг	1,0	0,8

Задача 7. Електротехнічна фірма «Темп» виробляє обігрівачі для офісів та побутових споживачів і успішно конкурує на українському ринку з вітчизняними та закордонними виробниками.

Для встановлення ціни на нову модель обігрівача фірма вирішила застосувати конкурентну модель ціноутворення, беручи за основу продукцію свого основного конкурента. При цьому вона хоче отримувати прибуток у розмірі, не меншому 25 % від собівартості продукції, яка становить 62,2 грн./один.

Маркетологи фірми провели аналіз конкурентоспроможності нового товару відносно базового виробу конкурента. Аналіз показав, що за технічними параметрами новий виріб поступається базовому (індекс технічних параметрів $I_{ТП} = 0,86$), але за економічними параметрами має кращі позиції ($I_{ЕП} = 0,94$). Ціна базового виробу конкурентів – 86 грн. Визначити ціну нового обігрівача за рівнем його конкурентоспроможності. Перевірити, чи виконується при такій ціні умова граничного рівня прибутковості, встановленого фірмою.

Задача 8. На основі інформації, поданої в таблиці, розрахувати ринкові частки підприємств та їх динаміку. Побудувати конкурентну карту ринку та визначити стратегічні положення підприємств-конкурентів.

Обсяг реалізованої продукції підприємствами-конкурентами на ринку.

Підприємства-конкуренти	Обсяг реалізованої продукції, млн грн	
	Базовий рік	Звітний рік
1	45,4	57,5
2	68,2	55,2
3	71,0	77,9
4	80,4	65,3
5	24,1	39,1
6	56,9	76,0
7	12,8	20,2
8	8,9	14,2
9	11,4	16,9

10	54,6	44,0
11	23,7	37,1
12	45,5	50,4

Зробити висновки.

Задача 9. Оцінити інтенсивність конкуренції на порівнюваних ринках за усіма доступними методами на основі даних таблиці.

Обсяг реалізованої продукції підприємствами-конкурентами на порівнюваних ринка(млн грн)

Підприємства-конкуренти	Ринок 1	Ринок 2	Ринок 3
1	84,1	41,2	49,5
2	91,2	51,2	42,4
3	109,7	61,8	61,2
4	80,4	51,3	35,9
5	54,3	39,6	46,7
6	76,1	88,5	79,4

Врахувати, що темп зростання ринку 1 становить 5,0%, ринку 2 – 4,1%, ринку 3 – 2,1%. Водночас рентабельність ринку 1 становить 1,5%, ринку 2 – 1,2%, ринку 3 – 0,7%. Скласти аналітичну таблицю та зробити висновки.

Задача 10. За даними таблиці оцінити інтенсивність конкуренції на трьох порівнюваних ринках.

Показники оцінювання інтенсивності конкуренції на порівнюваних ринках

Показники	Ринок 1	Ринок 2	Ринок 3
Кількість конкурентів, од.	51	29	35
Фактична ємність ринку, млн грн	61,0	29,2	32,7
Темп зростання фактичної ємності ринку, %	5,1	12,2	0,9
Сума прибутку підприємств, млн грн	3,5	2,9	1,8
Коефіцієнт варіації ринкових часток конкурентів	0,011	0,022	0,019

Зробити висновки.

Задача 11. На основі економічних розрахунків визначити найефективніший варіант підвищення рівня фінансово-інвестиційного потенціалу конкурентоспроможності підприємства, використовуючи методи зведених витрат і ланцюговий. Вихідні дані наведені в таблиці. Зробити висновки.

Вихідні дані для визначення ефективності фінансово-інвестиційного потенціалу підприємства у табл. 11

Показники	Варіанти				
	I	II	III	IV	V
Капітальні вкладення, тис. грн	600	640	670	690	675
Собівартість річного випуску продукції, тис. грн	500	490	485	480	487
Нормативний коефіцієнт дохідності інвестицій	0,20	0,20	0,20	0,20	0,20

Задача 12. Підприємство у господарській діяльності використовує матеріально-технічні методи забезпечення конкурентних переваг. На початок року вартість основних засобів підприємства становила 1270 тис. грн. Основні засоби вводяться в дію в березні та червні на суму 24 та 40 тис. грн відповідно, а виводяться спрацьовані основні засоби в травні та жовтні на суму 9,1 та 10,9 тис. грн відповідно. Річна норма амортизації становить 5,0%.

Чистий дохід від реалізації продукції складає 1509,7 тис. грн, а сума чистого прибутку – 23,9 тис. грн.

Проаналізувати ефективність використання матеріально-технічного методу та розрахувати: середньорічну вартість основних засобів та суму їх зносу; коефіцієнти відновлення, вибуття, приросту, зносу, придатності основних засобів; фондovіддачу, фондovіддачу, фондорентабельність; вплив зміни середньорічної вартості основних засобів та фондovіддачі на зміну чистого доходу від реалізації продукції підприємства.

На основі отриманих результатів запропонувати інструменти реалізації політики забезпечення конкурентних переваг підприємства.

Задача 13. Підприємство виробляє зволожувачі повітря для офісів та побутових споживачів і успішно конкурує на вітчизняному ринку.

Для встановлення ціни на нову модель зволожувача повітря підприємство вирішило застосувати конкурентну модель ціноутворення, беручи за основу продукцію основного конкурента. При цьому воно хоче отримувати прибуток у розмірі не менше 20% від собівартості продукції, яка становить 520 грн.

Маркетологи підприємства провели аналіз конкурентоспроможності нового товару відносно базового виробу конкурента. Аналіз показав, що за технічними параметрами новий виріб поступається базовому (індекс технічних параметрів ІТП = 0,86), але за економічними параметрами має кращі позиції (ІЕП = 0,94). Ціна базового виробу конкурентів – 900 грн.

Визначити ціну нового зволожувача повітря за рівнем його конкурентоспроможності. Перевірити, чи виконується за такої ціни умова граничного рівня прибутковості, встановленого підприємством.

Задача 14. Визначити рівень конкурентоспроможності продукції застосувавши методику оцінювання такого рівня за співвідношенням цін на аналогічні товари підприємств-конкурентів. Дані для розрахунків наведені в таблиці. Зробити висновки.

Ціни на продукцію підприємств-конкурентів

Продукція	Ціни з ПДВ грн			
	Підприємство 1	Підприємство 2	Підприємство 3	Підприємство 4
А	37,80	43,78	39,94	53,04
Б	31,80	36,00	36,12	39,05
В	20,40	18,29	19,12	21,02
Г	31,20	34,85	35,82	30,18
Д	12,80	12,24	14,15	11,89

Задача 15. Підприємство “Українські продукти” є зовсім новим на ринку, спеціалізується по виробництві різних продуктів харчування.

Анкетування – один із методів дослідження ємності ринку.

Розробіть анкету для виявлення смаків і уподобань потенційних споживачів нової продукції. Попередньо визначиться із способом збирання інформації (Опитування телефоном, поштою чи особисте опитування?).

Список рекомендованої літератури

1. Березін О. В. Стратегія підприємства : [навч. посіб.] / О. В. Березін, М. Г. Безпарточний. – К.: Ліра-К, 2010. – 224 с.
2. Борисенко З. М. Основи конкурентної політики: [підручник] / З. М. Борисенко. – К. : Таксон, 2004. – 704 с.
3. Вакуленко А. В. Управління якістю: [навч. посіб.] / А. В. Вакуленко –К.: КНЕУ, 2004. – 167 с.
4. Довгань Л. Є. Стратегічне управління : [навч. посіб.] / Довгань Л. Є., Каракай Ю. В., Артеменко Л. П. – К. : Центр учбової літератури, 2009. –440 с.
5. Должанський І. З. Конкурентоспроможність підприємства: [навч. посіб.] / І. З. Должанський, Т. О. Загорна. – К.: Центр навчальної літератури, 2006. – 384 с.
6. Драган О.І. Управління конкурентоспроможністю підприємств: теоретичні аспекти: [монографія]. – К.: ДАКККіМ, 2006. – 160 с.
7. Клименко С. М. Управління конкурентоспроможністю підприємства / С. М. Клименко, О. С. Дуброва, Д. О.Барабась – К.:КНЕУ, 2009. – 527с.
8. Кобиляцький Л. С. Управління конкурентоспроможністю: [навч. посіб.]. – К.: Зовнішня торгівля, 2009. – 304с.
9. Конкурентоспроможність підприємства : оцінка рівня та напрями підвищення: [монографія / за заг. ред. О. Г. Янкового]. – Одеса : Атлант, 2013. – 470 с.
10. Паршина О. А. Управління конкурентоспроможністю машинобудівної продукції : [монографія] / О. А. Паршина. – Дніпропетровськ : НГУ, 2008. – 280 с.