витратами 27,3 тис. грн. Термін його експлуатації 3 роки. Ставка дисконту є однаковою і дорівнює 10%.

Розрахувати:

- еквівалентні річні витрати для обох проектів;
- чисту теперішню вартість проектів (за проектом обсяг експлуатаційних витрат дорівнюватиме грошовому потоку);
- внутрішню норму рентабельності проектів, якщо ставка дисконту складе 20%;
- еквівалентні ануїтети.

Визначити, який проект є доцільним для реалізації та зробитивисновки. Результати розрахунків чистої теперішньої вартості проекту подати у табличній формі. При розрахунку внутрішньої норми рентабельності чиста теперішня вартість проекту враховуватиме у нульовому році обсяг початкових інвестицій, які дорівнюватимуть для першого проекту 100,0 тис. грн, для другого – 70,0 тис. грн.

Зробити висновки.

Література: 1, 2, 7, 8, 11, 17, 18, 26, 27, 30, 31, 34-41, 44, 45-62.

Атестація 2. Управління конкурентоспроможністю в системі стратегічного управління туристичними підприємствами

Тема 8. Особливості управління конкурентоспроможністю туристичних послуг

План семінарського заняття

1. Економічна характеристика поняття «конкурентоспроможність продукції».
2. Концептуальна характеристика управління конкурентоспроможністю продукції .
3. Фактори, критерії, чинники конкурентоспроможності продукції.
4. Принципи та алгоритм оцінювання конкурентоспроможності продукції.
5. Методи та показники оцінювання конкурентоспроможності продукції.

Запитання для самоконтролю

1. Якими принципами необхідно керуватись для визначення сутності поняття «конкурентоспроможність продукції»?
2. Які аспекти притаманні поняттю «конкурентоспроможність продукції»?
3. У чому суть розбіжностей та різноманітних авторських позиційстосовно визначення поняття «конкурентоспроможність продукції»?
4. Обґрунтуйте сутність конкурентоспроможності продукції.
5. У чому суть управління конкурентоспроможністю продукції?

6. За якими принципами відбувається побудова системи управління конкурентоспроможністю продукції на підприємстві?

7. Обґрунтуйте концепцію управління конкурентоспроможністю продукції.

8. У чому сутність критеріального рівня управління конкурентоспроможністю продукції?

9. Перелічіть фактори, критерії, чинники конкурентоспроможності продукції. Охарактеризуйте їх.

10. За якими принципами відбувається оцінювання конкурентоспроможності продукції?

11. Перелічіть етапи оцінювання конкурентоспроможності продукції.

12. У чому суть порівняльної характеристики використання показників конкурентоспроможності продукції?

Теми рефератів

1. Конкурентоспроможність продукції як показник господарсько-фінансової діяльності підприємства.

2. Система управління конкурентоспроможністю продукції.

3. Методичні основи оцінювання конкурентоспроможності продукції.

4. Аналітично-розрахункові методи оцінювання конкурентоспроможності продукції.

5. Інтегральне оцінювання рівня конкурентоспроможності продукції.

6. Механізм забезпечення конкурентоспроможності продукції.

7. Чинники забезпечення конкурентоспроможності продукції.

8. Якість продукції як складова забезпечення її конкурентоспроможності.

9. Конкурентоспроможність продукції вітчизняних підприємств на світовому ринку.

10. Стратегічні пріоритети та інструменти забезпечення конкурентоспроможності продукції.

Тести

1. Оберіть принципи, які не слугують для визначення сутності поняття «конкурентоспроможність продукції»:

а) поширюється як на об’єкт ринкових відносин (товари, послуги), так і на суб’єкт;

б) проявляється на вільному ринку, має динамічний характер;

в) регулює законодавчо-нормативну роботу органів державного контролю;

г) управляється тільки конкуренцію, що складається на тому або іншому вільному товарному ринку.

2. Оберіть визначення, яке не характерне для поняття «конкурентоспроможність продукції»:

а) складне багатоаспектне поняття, яке визначає здатність продукції зайняти та утримувати позицію на конкурентному ринку в певний період за конкуренції з іншою аналогічною продукцією;

б) відносне поняття, чітко пов'язане з конкретним сегментом ринку й часом продажу;

в) метод, що передбачає використання фактичних статистичних даних за попередні роки при встановленні планових показників реалізації продукції;

г) характеристика продукції, яка відображає її відмінність від продукції-конкурента за ступенем відповідності конкретній суспільній потребі та за витратами на її задоволення.

3. Розбіжності та різноманітність авторських позицій стосовно визначення поняття «конкурентоспроможність продукції» пов'язані з…:

а) характеристикою будь-якої складової конкурентоспроможності продукції (конкурентоспроможність виробничого, трудового потенціалів підприємств);

б) ототожненням конкурентоспроможності підприємства та конкурентоспроможності продукції;

в) масштабами розгляду конкурентоспроможності продукції (на регіональному, національному або світовому ринках (підприємство, галузь, країна)); заміною одного поняття іншим (конкурентний статус, конкурентний рівень);

г) сукупністю спеціальних знань і практичних навичок, що визначають ступінь підготовленості працівника до виконання професійних функцій обумовленої складності.

4. Оберіть визначення, яке найбільш повно висвітлює сутність поняття «управління конкурентоспроможністю продукції»:

а) самостійна, ініціативна, систематична, на власний ризик господарська діяльність суб'єкта господарювання з метою досягнення економічного та соціального розвитку й одержання прибутку;

б) сукупність активних суб'єктів і сил, що діють за межами підприємства, впливають на його стратегію і безпосередньо не контролюються;

в) характеристика, яка відображає відповідність певної продукції конкретним потребам споживача, що включають переваги й вимоги до споживчих властивостей продукції та витрати на її придбання порівняно з конкурентною продукцією, представленою на ринку в певний момент часу;

г) сукупність взаємоузгоджених заходів і дій, що відображають довгострокові цілі та основні напрямки діяльності з обґрунтуванням ресурсного забезпечення.

5. Які принципи не лежать в основі побудови концепції управління конкурентоспроможністю продукції?

а) використання загальновідомих наукових методів і показників вимірювання;

б) відносний характер конкурентоспроможності продукції;

в) регулювання фіскальної функції органів місцевого самоврядування;

г) застосування тільки кількісних методів оцінювання.

6. На основі яких теорій не відбувається управління конкурентоспроможністю продукції?

а) сталого розвитку;

б) соціально-етичного маркетингу;

в) економічного аналізу;

г) демографічного зростання.

7. Оберіть об'єкти, які не належать до механізму управління конкурентоспроможністю продукції:

а) потреби та купівельні фонди споживачів, цільові ринкові сегменти;

б) обсяги співпраці з виробничим та логістично-постачальницьким секторами, масштаби соціальної відповідальності на споживчому ринку;

в) політична ситуація в країні, транспортна інфраструктура регіону, рівень транскордонної співпраці;

г) фінансове, матеріально-технічне та інтелектуально-кадрове забезпечення, інвестиційно-інноваційний потенціал розвитку

8. Діяльність щодо встановлення у нормативних документах певних вимог (норм, правил та характеристик) з метою гарантування безпеки продукції для навколишнього середовища, життя, здоров'я та майна споживачів, якості продукції відповідно до рівня розвитку науки, техніки та технології – це:

а) стандартизація;

б) сертифікація;

в) система якості;

г) диверсифікація.

9. Оберіть мету сертифікації продукції:

а) розширення основних засобів та їх відтворення;

б) фінансування досягнення конкретних цілей;

в) запобігання наданню послуг та реалізації продукції, небезпечних для життя, здоров'я та майна громадян і довкілля;

г) підтримка окремих груп населення, певних видів підприємницької діяльності, розвиток яких має велике значення для національної економіки.

10. Які фактори конкурентоспроможності не характерні для виробничої стадії відтворення продукції?

а) якість, міцність, надійність, безпечність;

б) матеріаломісткість, енергоспоживання, габарити, об'єм, вага, концентрація;

в) простота користування (приготування), комфортність, ремонтопридатність, зручність в експлуатації;

г) кваліфікація персоналу, швидкість обслуговування, знання іноземних мов.

11. Оберіть критерії конкурентоспроможності товарів підприємства:

а) гострота конкуренції, місткість, підготовленість, стабільність і перспективність ринку;

б) збалансованість, окупність, привабливість, диверсифікованість, відповідальність;

в) соціальна адресність, безпечність, споживча новизна, імідж, достовірність;

г) доступність послуги, культура та умови обслуговування.

12. За якими принципами не проводиться оцінювання конкурентоспроможності продукції?

а) протилежності цілей і засобів, врахування особливостей різних сегментів ринку, переважно раціональної поведінки суб'єктів ринку;

б) формування номенклатури критеріїв конкурентоспроможності з врахуванням рекомендованих вимог до продукції та перевищенням обов'язкових вимог;

в) зростання якісних параметрів та кількісної величини оборотних коштів, прискорення інкасації грошових коштів, збільшення розрахунків готівкою;

г) оцінювання з позиції певного суб'єкта ринку, орієнтація на певний тип ринку або на конкретний сегмент ринку.

13. Які виокремлюють методи оцінювання конкурентоспроможності продукції за показниками, на основі яких здійснюється таке оцінювання?

а) статистичний, економетричний, ілюстративний, математичний;

б) диференційований, комплексний, змішаний;

в) прямі, непрямі;

г) розрахунково-аналітичний, матричний, графічний.

14. Оберіть методи, які належать до розрахунково-аналітичних методів оцінювання конкурентоспроможності продукції:

а) органолептичні, регістраційні, вимірювальні, соціологічні;

б) експериментальні, розрахункові, статистичні, аналітичні, маркетингові;

в) комерційні, техніко-економічні, нормативно-правові;

г) модель Розенберга, модель з ідеальною точкою, оцінювання на основі рівня продажів.

15. Якість продукції – це:

а) сукупність властивостей продукції, які обумовлюють її здатність задовольняти певні потреби відповідно до її призначення;

б) механізм виготовлення виробів, призначених для власних потреб підприємства;

в) об'єктивна необхідність розвитку суспільних форм організації виробництва;

г) можливість зменшити витрати підприємства.

Література: 2, 10, 11, 13, 17-20, 26, 27, 30, 31, 34-41, 42, 45-62.

Тема 9. Управління конкурентоспроможністю туристичного підприємства.

План семінарського заняття

1. Сутнісна характеристика поняття «конкурентоспроможність підприємства».

2. Системно-процесний підхід до управління конкурентоспроможністю підприємства.

3. Організаційно-економічна структура механізму забезпечення конкурентоспроможності підприємства.

4. Систематизація та розрахунок показників оцінювання конкурентоспроможності підприємства.

5. Прогнозування стану конкурентоспроможності підприємства.

Питання для самостійного вивчення

1. Чинники, що визначають рівень конкурентоспроможності підприємства.

2. Принципи оцінювання рівня конкурентоспроможності підприємства.

3. Класифікація методів оцінювання конкурентоспроможності підприємства.

4. Характеристика комплексних методів оцінювання конкурентоспроможності підприємства.

5. Бенчмаркінг як інструмент управління конкурентоспроможністю підприємства.

6. Визначення інтегрального показника конкурентоспроможності методом бажаності.

7. Розробка та побудова моделі конкурентоспроможності туристичного підприємства.

8. Графічна інтерпретація моделі оцінювання конкурентоспроможності підприємства.

9. Послідовність побудови та графічна інтерпретація моделі досконалої конкуренції.

10. Аналіз конкурентоспроможності маркетингової діяльності підприємства.

11. Типологія бізнес-організацій та особливості забезпечення їх конкурентоспроможності.

Теми рефератів

1. Трансформація економічної категорії конкурентоспроможності підприємства.

2. Системні взаємозв’язки конкурентоспроможності на макро- і макрорівнях.

3. Механізм забезпечення конкурентоспроможності підприємства.

4. Взаємозв’язок фінансово-економічного стану і конкурентоспроможності підприємства.

5. Сутність і критерії фінансово-економічного механізму забезпечення конкурентоспроможності роздрібного торговельного підприємства.

6. Методи оцінювання рівня конкурентоспроможності підприємства.

7. Критерії та показники конкурентоспроможності підприємства.