

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ**

Торгово-экономический институт

Кафедра торгового дела и маркетинга

КОНКУРЕНЦИЯ НА ТОВАРНЫХ РЫНКАХ

*Методические указания по выполнению контрольных работ для бакалавров заочной
и формы обучения направления 38.03.06 Торговое дело, все профили*

КРАСНОЯРСК 2016

Составители: к.э.н., доцент Юшкова Л.В.

Рецензенты: О.Г. Алешина, к.э.н., доцент
Е.В. Щербенко, д.э.н., профессор

Методические указания рассмотрены и рекомендованы на заседании кафедры маркетинга «__»
_____ 2016 г. Протокол №_ Зав.кафедрой ТДиМ _____ Ю.Ю. Сулова

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ КОНТРОЛЬНОЙ РАБОТЫ

Курс «Конкуренция на товарных рынках» является прикладной дисциплиной базового курса маркетинга. Введение данного курса в учебный план направления 38.03.06 Торговое дело продиктовано необходимостью для бакалавров знаний основ анализа конкуренции на потребительском рынке.

На любом рынке товаров и услуг между предприятиями существует конкуренция, которая позволяет одним выигрывать и занимать хорошие позиции на рынке, а другим – получив поражение – уходить с рынка. Как было доказано многими экономистами, конкуренция является движущей силой развития общества, главным инструментом экономии ресурсов, повышения качества товаров и уровня жизни населения. Поэтому конкуренция является очень важной категорией на рынке. Конкуренция – основа механизма товарного производства и рыночного хозяйства, и для того, чтобы предприятие выживало в условиях жесткой, на сегодняшний день, конкурентной борьбы оно должно иметь ряд преимуществ и постоянно разрабатывать и эффективно реализовывать свою конкурентную стратегию. Главными направлениями обеспечения конкурентной позиции фирмы являются: концентрация ресурсов фирмы для упреждения действий конкурентов, удерживание инициативы в конкурентной борьбе, обеспечение ресурсного потенциала для достижения поставленных целей.

Конкуренция и конкурентная среда входит в систему тех факторов внешнего окружения предприятия, которые определяют выбор эффективной стратегии предприятия, что тоже формирует блок информационного обеспечения образовательной базы маркетолога.

Контрольные работы предусмотрены учебным планом заочной и ускоренной форм обучения, должны выполняться в соответствии с требованиями данного методического указания.

Контрольные работы включают в себя три теоретических вопроса, комплексную задачу и направлены на более глубокое освоение курса «Конкуренция, конкурентоспособность». Вариант комплексной задачи определяется по следующей схеме:

- 1, 6, 11,16, 21-задача 1;

- 2, 7, 12, 17, 22-задача 2;
- 3, 8, 13, 18, 23-задача 3;
- 4, 9, 14, 19, 24-задача 4;
- 5, 10, 15, 20, 25- задача 5.

В процессе оценки контрольных работ учитывается: грамотность изложения, полнота раскрытия вопроса, наличие в работе рисунков, графиков, диаграмм, вторичной информации, осмысленность работы. В работе не допускается переписывание учебного материала, важно личное отношение студента к излагаемой теме.

Контрольная работа, получившая положительную оценку «зачет» остается на кафедре, регистрируется и сдается в архив. Контрольная работа, получившая неудовлетворительную оценку, возвращается на доработку и ВТОРИЧНОЕ рецензирование преподавателя.

Номер варианта контрольной работы определяется по двум последним цифрам зачетки простым делением на 25 с остатком (в случае если они превышают 25). Например, если последние цифры зачетной книжки равны 58-номер варианта-8, а если 95-номер-20.

Выполнение в одной группе одинакового варианта контрольной работы не допускается, работа засчитывается тому студенту, который сдал ее раньше.

КОНТРОЛЬНАЯ 1

2.ТЕМАТИКА КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ

ВАРИАНТ №1

1. Понятие, виды и сущность конкуренции.
2. Факторы формирования конкурентной среды. Становление конкурентной среды в Российской Федерации
3. Виды конкурентных действий субъектов предпринимательства

ВАРИАНТ №2

1. Ценовая и неценовая конкуренция. Роль механизма ценообразования в конкурентоспособности товара.
2. Информационное обеспечение анализа конкурентной среды.
3. Эволюция теоретических взглядов на конкуренцию.

ВАРИАНТ № 3

1. Генезис марксизма: от представлений о синтезе монополии и конкуренции до концепции перерастания конкуренции в монополию.
2. Обобщающий анализ методик оценки конкурентных действий в маркетинговых исследованиях.
3. Неценовые методы конкурентных действий.

ВАРИАНТ № 4

1. Порядок расчета границ олигополии. Индекс Линда и неравнозначности конкурентов.
2. Рациональное конкурентное поведение.
3. Теория «невидимой руки» А.Смита: общесистемный прагматизм

ВАРИАНТ №5

1. Структура и порядок анализа конкурентной среды.
2. Система антитрестовского законодательства США как основа становления отечественного конкурентного законодательства.
3. Ценовые методы конкуренции

ВАРИАНТ № 6

1. 4 базовые конкурентные структуры: олигополия, монополия, чистая конкуренция, монополистическая конкуренция. Поведение предприятия в условиях олигополии, олигопсонии
2. Модель потребительского поведения в условиях конкурентного рынка.
3. Способы расчета экономической концентрации

ВАРИАНТ № 7

1. Система конкурентного законодательства Российской Федерации.
2. Анализ конкурентов как направление маркетинговых исследований.
3. Конкурентное позиционирование хозяйствующих субъектов.

ВАРИАНТ № 8

1. Естественные монополии: характеристика, структура, государственное регулирование.
2. Анализ интенсивности конкуренции в процессе оценки конкурентной среды.
3. Обоснование полного отсутствия конкуренции и монополии (по материалам работ В.И. Ленина и И.В. Сталина).

ВАРИАНТ № 9

1. Определение границ монополии через индекс Линда.
2. Современная поведенческая интерпретация феномена конкуренции (в работах современных экономистов).
3. Политика конкуренции в сфере внешнеэкономической деятельности государства.

ВАРИАНТ № 10

1. Показатели мониторинга конкурентной среды отраслевого рынка.
2. Формирование однородной конкурентной среды в Европейском Союзе.
3. 4 базовые конкурентные структуры: олигополия, монополия, чистая конкуренция, монополистическая конкуренция. Поведение предприятия в условиях монополистической конкуренции.

ВАРИАНТ № 11

1. Практика регулирования конкурентных отношений в Российской Федерации.
2. Структура конкурентной среды предприятия, отраслевого рынка. Инструменты ее развития.
3. Механизм действия закона конкуренции.

ВАРИАНТ № 12

1. Антимонопольное регулирование товарных рынков в России.
2. Порядок оценки конкурентной среды предприятия.
3. Системные эффекты рационального конкурентного поведения.

ВАРИАНТ № 13

1. Система органов РФ по применению конкурентного законодательства. Права и обязанности ФАС РФ.
2. Порядок анализа конкурентных действий в маркетинговых исследованиях.
3. Экономический цикл конкуренции

ВАРИАНТ № 14

1. Факторный анализ рыночной доли конкурентов.
2. Современные подходы и трактовка проблем совершенной и несовершенной конкуренции. Рабочая конкуренция по Шереру и Россу.
3. Государственное регулирование естественных монополий (на примере отраслей РФ).

ВАРИАНТ № 15

1. Диагностика целей и намерений конкурентов.
2. Ценообразование естественных монополий.
3. Условия становления конкурентных отношений в Российской Федерации

ВАРИАНТ № 16

1. Модель поведения производителя в условиях конкуренции.
2. Доминирующее конкурентное позиционирование.
3. Принципы становления конкуренции по Ойкену.

ВАРИАНТ № 17

1. Инструменты мониторинга конкурентной среды предприятия, отраслевого рынка.
2. Система конкурентного законодательства Евросоюза.
3. Становление ситуационно-структурного подхода в трактовке конкуренции.

ВАРИАНТ № 18

1. Виды и формы конкуренции.
2. Анализ организации сбытовой сети конкуренции и используемых методов стимулирования реализации.
3. Информационное обеспечение анализа конкуренции.

ВАРИАНТ № 19

1. Анализ ценовой политики конкурентов в маркетинговых исследованиях.
2. Расчет географических и товарных границ рынка.
3. Парадокс Гиффена и эффект Веблена в конкурентной модели рынка.

ВАРИАНТ № 20

1. Понятие, структура конкурентной среды.
2. Построение конкурентной карты потребительского рынка.

3. Ценовая конкуренция.

ВАРИАНТ № 21

1. Конкуренция и конкурентоспособность как движущие силы развития общества.
2. Реклама как объект недобросовестной конкуренции. Прецеденты нарушения конкурентной борьбы на рекламном рынке Российской Федерации и Красноярского края.
3. Анализ товарной политики конкурентов в маркетинговых исследованиях.

ВАРИАНТ № 22

1. Базовые конкурентные структуры: олигополия, монополия, чистая конкуренция, монополистическая конкуренция. Поведение предприятия в условиях монополии-монополии.
2. Информационное обеспечение анализа конкурентной среды.
3. Порядок анализа деятельности конкурентов предприятия.

ВАРИАНТ № 23

1. Система конкурентного законодательства Российской Федерации.
2. Неценовые методы конкурентных действий.
3. Анализ рыночного потенциала конкурента и построение конкурентной карты в диагностике конкурентной среды.

ВАРИАНТ № 24

1. Барьеры входа-выхода на олигополистическом рынке.
2. Государственное регулирование монопольных процессов или адвокатирование конкуренции.
3. 4 базовые конкурентные структуры: монополия, олигополия, чистая конкуренция, монополистическая конкуренция. Поведение предприятий в условиях чистой конкуренции.

ВАРИАНТ № 25

1. Оценочные инструменты мониторинга конкурентной среды отраслевого рынка.
2. Финансовая состоятельность конкурентов. Построение конкурентной карты рынка.
3. Закон «О защите конкуренции». Основные положения и инструменты.

ВАРИАНТЫ КОМПЛЕКСНЫХ ЗАДАЧ К КОНТРОЛЬНОЙ 1

Проведите комплексную оценку конкурентной среды товарного рынка (по пяти вариантам), включающую в себя:

- анализ факторов, формирующие конкурентную среду на рынке продукции (на основании действительной статистической информации по определенному рынку Красноярского края);
- определение продуктовых границ товарного рынка;
- определение географических границ товарного рынка;
- определение субъектов товарного рынка (количества и состава продавцов и покупателей);
- определение объемов товарного ресурса рынка;
- определение доли хозяйствующего субъекта на рынке;
- определение количественных показателей структуры товарного рынка;
- определение качественных показателей структуры товарного рынка (барьеры входа);
- определение неравнозначности конкурентов;
- расчет границы возможной олигополии ранга;
- оценка рыночного потенциала хозяйствующих субъектов;
- построение конкурентной карты рынка.

Вариант 1 - Продажа мучных кондитерских товаров на территории Красноярского края в 2005 – 2007 годах, тонн.

№ п./п	Производитель	2005	2006	2007
1	ГП "Казачинское"	8	17	-
2	ОАО "Минусинский хлебозавод"	12	5	2
3	Назаровские хлебопекарное -торговое объединение	22	30	40
4	ОАО "Енисейский хлеб"	34	13	-
5	МП "Шушенским хлебозавод"	13	-	-
6	ОАО "Красноярский хлеб"	2629	3171	3345
7	ПТО "Хлебокомбинат" (Ачинск)	105	79	76
8	ОАО "Краскон"	3167	4005	5068
9	ОАО "Конская кондитерская фабрика"	3617	4277	3998
10	ОАО "Минусинска кондитерская фабрика"	1456	2726	734
11	ПО "Хлеб" (Игарка)	29	29	19
12	ОАО "Назаровское молоко"	10	6	5
13	ОАО "Галанинское"	13	2	16
14	ОАО "Хлебокомбинат" (Курагино)		7	12
15	ОАО "Шарыповский хлебозавод"	27	12	13
16	МУП "Лесосибирский хлебозавод"	106	56	44
17	У-235		78	121
18	ОАО "Пищевой комбинат "Минусинский"	1564	1650	1555
19	ОАО "Пищекомбинат" (Зеленогорск)	74	47	39
20	ТД "Пищекомбинат"		85	81
21	ОАО "Хлебокомбинат" (Тасеево)	5	-	5
22	Пищекомбинат (Железногорск)	133	21	-
23	ООО "Хлебозавод"	192	229	252
24	МП "Дивногорский хлебозавод"	-	7	-
25	ОАО "Ачинскхлебопродукт"	-	-	82
26	ОАО "Хлебокомбинат" (Каратуз)	-	9	8
27	ОАО "Балахтинский сыр"	-	15	19
28	ОАО АСК "Тесь"	-	11	12

Вариант 2 - Продажа мяса и мясопродуктов на территории Красноярского края
в 2005 – 2007 годах, тонн.

№ п./п.	Производитель	1998	1999	2000
1	ОАО «Сибирская продовольственная компания»	3407	2511	2218
2	ОАО "Ужурский мясокомбинат"	1064	583	497
3	ОАО "Ачинский мясокомбинат"	869	-	-
4	ОАО "Мясо" (г. Канск)	1869	1110	1220
5	ОАО "Мясо" (г. Енисейск)	302	114	151
6	ОАО "Лесокомбинат "Моторский"	2	3	-
8	ОАО "Ачинский нефтеперерабатывающий завод"	250	-	-
9	ОАО "Красноярский завод синтетического каучука"	11	-	-
10	ОАО "Краснокаменское рудоуправление"	32	-	-
13	ОАО "Ачинский глиноземный комбинат"	6	-	-
14	ГП "Красноярский машиностроительный завод"	21	61	23
15	Горно-химический комбинат	270	265	213
16	Электрохимический завод	275	346	422
17	У-235	202	170	218

Вариант 3 - Продажа хлеба и хлебобулочных изделий на территории
Красноярского края в 2005 – 2007 годах, тонн.

№ п./п.	Производитель	1998	1999	2000
1	ГП "Казачинское"	745	-	-
2	ОАО "Заозерский завод радиокомпонентов"	50	70	30
3	ОАО "Хлеб Иландский"	1113	835	495
4	МП "Дивногорский хлебозавод"	2707	2856	2082
5	МП "Ужурский хлебозавод"	1348	1795	1852
6	ОАО "Минусинский хлебозавод"	1144	519	722
7	Назаровское хлебопекарно-торговое объединение	1091	1280	1105
8	ОАО "Енисейский хлеб"	2141	1703	1194
9	МП "Шушенский хлебозавод"	1169	1210	1328
10	МП "Уярский хлебозавод"	263	308	225
11	ОАО "Красноярский хлеб"	32929	33351	33209
12	ПТО "Хлебокомбинат" (Ачинск)	2776	2333	1664
13	ОАО "Каннская кондитерская фабрика"	68	75	87
14	ПО "Хлеб" (Игарка)	779	542	521
15	ОАО "Назаровское молоко"	73	129	120
16	ОАО "Балахтинский сыр"	-	40	24
17	ОАО "Зубр"	21	53	36
18	ОАО "Ужурский мясокомбинат"	30	44	66
19	ОАО "Ачинскхлебопродукт"	1344	1896	2218
20	ОАО "Камарчагский комбикормовый завод"	181	154	63
21	ОАО "Красноярский комбикормовый завод"	74	21	16
22	ОАО "Элеватор "Заозерновский"	71	101	18
23	ОАО "Красноярский ДОЗ-2"	58	40	17
24	ОАО "Перовский лестронсхоз"	-	53	19
25	Албанский угольный разрез	100	119	77
26	ОАО "Хлебокомбинат" (Тюхтет)	755	292	207
27	Предприятие "Хлебокомбинат" (Нижний Ингуш)	-	431	268
28	ОАО "Хлебокомбинат" (Березовка)	-	1311	749
29	ОАО "Галанинское"	270	802	659
30	ОАО "Хлебокомбинат" (Курагино)	-	220	218
31	Дзержинский Хлебокомбинат	328	358	213

Вариант 4 - Продажа макаронных изделий на территории Красноярского края
в 2005 – 2007 годах, тонн.

№ п./п.	Производитель	1998	1999	2000
1	ОАО "Минусинский хлебозавод"	97	142	-
2	МП "Шушенский хлебозавод"	45	31	8
3	ПТО "Хлебокомбинат" (Ачинск)	41	8	9
4	ОАО "Краскон"	3710	6598	5422
5	ОАО "Канская кондитерская фабрика"	955	1757	1220
6	ОАО "Назаровское молоко"	19	28	10
7	ОАО "Ачинскхлебопродукт"	41	240	173
8	ОАО "Хлебозавод" (Партизанское)	-	32	3
9	МУП "Лесосибирский хлебозавод"	72	62	10
10	УП-288/7	-	-	12
11	УП-288/15 г. Норильск	-	13	15
12	УП-288/31	47	85	82
13	УП-288/5	-	7	-
14	У-235	164	83	87
15	ОАО "Пекарь"	-	9	2
16	ТД "Пищекомбинат"	-	13	3
17	ОАО "Хлебокомбинат" (Тасеево)	17	15	3
18	Пищекомбинат (Железногорск)	30	-	-
19	ООО "Хлебозавод"	-	121	130

Вариант 5- Продажа молока и молочных изделий на территории
Красноярского края в 2005 – 2007 годах, тонн.

№ п./п.	Производитель	1998	1999	2000
1	ПО "Хлеб" (Игарка)	108	76	54
2	ОАО "Шушенский молочно-консервный комбинат"	1356	2574	2209
3	ОАО "Филимоновский молочно-консервный комбинат"	3624	9120	7951
4	ОАО "Назаровское молоко"	2930	3963	3534
5	ОАО "Балахтинский сыр"	798	870	659
6	ОАО "Красноярский ГМЗ-1"	8717	18742	29301
7	ОАО "Молоко" (г. Минусинск)	2221	2535	2461
8	ОАО "Ачинский молочный завод"	609	616	1130
9	ОАО "Боготолмолоко"	1915	2427	-
10	ОАО Молочный завод "Канский"	1463	-	-
11	ОАО "Камарчагский комбикормовый завод"	313	-	-
12	АОЗТ "Пинчугалес"	-	96	-
13	Предивинский ЛПХ	183	253	206
14	ОАО "Тонус-2"	3633	1668	1714
15	ОАО "Ачинский нефтеперерабатывающий завод"	997	-	-
16	ОАО "Краснокаменское рудоуправление"	457	656	-
17	ОАО "Разрез Бородинский"	655	337	337
18	ОАО "Ачинский глиноземный комбинат"	16	-	-
19	ГП "Красноярский машиностроительный завод"	448	754	441
20	Золотодобывающее предприятие "Полюс"	1	1	1
21	Горно-химический комбинат	2116	2111	1149
22	Электрохимический завод	3860	2819	3387
23	У-235	2142	609	620
24	ОАО "Пищекомбинат" (Зеленогорск)	2210	1475	1720
25	ТД "Пищекомбинат"	-	1433	1522
26	ОАО АСК "Тесь"	627	154	218
27	АОЗТ "Сибирские лесопромышленники"	1	-	-
28	Пищекомбинат (Железногорск)	2156	252	-

КОНТРОЛЬНАЯ РАБОТА 2

2.ТЕМАТИКА КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ

ВАРИАНТ №1

1. Теория конкурентных преимуществ Г.Л. Азоева.
2. Тактические модели конкурентного поведения.
3. Обобщающий анализ методик оценки конкурентоспособности товара.

ВАРИАНТ №2

1. Конкурентоспособность отраслей, регионов: понятие, показатели оценки.
2. Модель конкурентоспособности товара.
3. Конкурентные решения социальных проблем (по М. Портеру).

ВАРИАНТ № 3

1. Понятие конкурентоспособности фирмы. Основные методы расчета конкурентоспособности предприятия.
2. Конкурентные позиции регионов по основным элементам конкурентоспособности.
3. Виолентная, пациентная, коммутантная и эксплерентные стратегии по Л. Раменскому-А. Юданову.

ВАРИАНТ № 4

1. Конкурентоспособность России в мировой экономике.
2. Виды конкурентных стратегий предприятий.
3. Поведение потребителей в системе конкурентоспособности товара.

ВАРИАНТ №5

1. Методология определения конкурентоспособности товара.
2. Конкурентная стратегия лидерства низких цен (снижения себестоимости).
3. Методологический инструментарий анализа конкурентоспособности регионов.

ВАРИАНТ № 6

1. Экономическое содержание концепции региональной конкурентоспособности.
2. Информационное обеспечение анализа конкурентоспособности предприятия.
3. Виды конкурентных стратегий по М. Портеру.

ВАРИАНТ № 7

1. Классификация методов расчета конкурентоспособности предприятия.
2. Инновационный процесс и конкурентная борьба.
3. Продовольственная безопасность в контексте конкурентоспособности региональной экономики.

ВАРИАНТ № 8

1. Управление конкурентными рынками регионов: товары социального статуса.
2. Маркетинговые аспекты оценки конкурентоспособности товаров. Методика Буля (Булева).
3. Оценка конкурентоспособности предприятия методом эффективной конкуренции.

ВАРИАНТ № 9

1. Управление конкурентными рынками регионов: товары первой необходимости
2. Теория конкурентных преимуществ М. Портера.
3. Стратегия лидерства в нише: характеристика, преимущества, недостатки, условия применения

ВАРИАНТ № 10

1. Проектирование стратегии конкуренции с учетом динамики рынка и рыночной доли предприятия.
2. Методика оценки конкурентоспособности услуги.

3. Сущность и структура конкурентоспособности региона.

ВАРИАНТ № 11

1. Методы определения конкурентоспособности потребительских товаров.
2. Базовые конкурентные преимущества по Г.Л. Азоеву.
3. Методика оценки конкурентоспособности промышленного предприятия.

ВАРИАНТ № 12

1. Система обеспечения конкурентоспособности: структура, составляющие, содержание.
2. Методы обеспечения конкурентного преимущества предприятия.
3. Конкурентоспособность предприятия: понятие и составляющие.

ВАРИАНТ № 13

1. Конкурентоспособность товара. Методы ее оценки.
2. Информация при принятии предпринимательских решений на конкурентных рынках.
- 3.

ВАРИАНТ № 14

1. Тактика конкурентного поведения субъектов профессионального бизнеса
2. Проблемы конкурентоспособности отечественной продукции.
3. Основные направления достижения конкурентных преимуществ.

ВАРИАНТ № 15

1. Обобщающий анализ конкурентных стратегий предприятий с различной величиной доли рынка.
2. Порядок оценки конкурентоспособности товара и услуги.
3. Концепция национального ромба М.Портера

ВАРИАНТ № 16

1. Человеческий ресурс повышения конкурентоспособности.
2. Стратегии конкуренции, направленные на сближение с соперниками. Стратегические альянсы как практика конкурентного поведения.
3. Анализ конкурентных преимуществ на основе идей Ж.-Ж. Ламбена.

ВАРИАНТ № 17

1. Информационное обеспечение анализа конкурентоспособности предприятия торговли.
2. Система обеспечения конкурентоспособности: составляющие, содержание.
3. Процесс формирования конкурентного преимущества.

ВАРИАНТ № 18

1. Методика оценки конкурентоспособности предприятия сферы услуг.
2. Порядок определения конкурентоспособности товаров. Система показателей конкурентоспособности товара.
3. Конкурентные стратегии по Г.Л. Азоеву

ВАРИАНТ № 19

Понятие конкурентоспособности товаров: показатели, параметры. Различие категории «качество» и «конкурентоспособность»
Инновации и конкурентные решения.
Стратегия немедленного реагирования на потребности рынка: понятие, условия использования, преимущества и недостатки.

ВАРИАНТ № 20

Поведение потребителей в системе конкурентоспособности товара.
Стратегия внедрения новшеств: понятие, преимущества, недостатки, условия использования.
Конкурентоспособность услуги: понятие, показатели, методика расчета.

ВАРИАНТ № 21

1. Новые товары и их роль в обеспечении конкурентного преимущества предприятия.
2. Конкурентоспособность продукта. Выбор атрибутов для анализа конкурентоспособности продукта.
3. Методы оценки уровня конкурентоспособности предприятия.

ВАРИАНТ № 22

1. Стратегии конкуренции, направленные на устранение соперников. Конкурентное поведение лидеров, сильных интеграторов.
2. Порядок оценки конкурентоспособности предприятия.
3. Комплексная оценка конкурентоспособности региона.

ВАРИАНТ № 23

1. Индекс Булеева и его роль в определении конкурентоспособности товаров.
2. Сегментационная стратегия конкурентной борьбы: понятие, условия использования, преимущества и недостатки.
3. Подходы к оценке конкурентоспособности государства

ВАРИАНТ № 24

1. Конкурентоспособность страны: характеристика, методы определения.
2. Конкурентные стратегии по Л. Раменскому-А. Юданову.
3. Адаптация стратегии конкуренции к особенностям динамики рынка.

ВАРИАНТ № 25

1. Пути обеспечения конкурентоспособности предприятия.
2. Конкурентные решения социальных проблем.
3. Экспертные оценки и их роль в определении конкурентоспособности товаров.

ВАРИАНТЫ КОМПЛЕКСНЫХ ЗАДАЧ К КОНТРОЛЬНОЙ 2.

Задача 1

Рассчитайте значение коэффициента конкурентоспособности ООО «РТС» (оптово-розничное торговое предприятие, занимающееся реализацией бытовой техники) за три года, если известно:

Таблица. Показатели финансово-экономической деятельности ООО «РТС» в 2006-2008 гг.

Показатели	Годы		
	2006	2007	2008
Выручка от реализации	12984,0	30596,6	30631,7
Прибыль от продаж	219,2	1078,1	569,9
Валюта баланса	5287,0	6259,0	4045,2
Собственные средства предприятия	8,7	8,7	8,7
Заемные средства (всего обязательств)	5278,3	6250,3	4036,5
Краткосрочные заемные средства	904,1	573,0	2500,0
Денежные средства, Краткосрочные финансовые вложения	783,3	800,5	302,3
Среднегодовая стоимость оборотных средств	5240,3	6203,1	3981,1
Затраты на рекламу	148,9	105,3	54,3
Прирост прибыли от рекламных мероприятий	35,1	87,2	69,5
Средние товарные запасы	16514,2	22742,0	21041,9
Коэффициент конкурентоспособности товаров	1,07	1,02	1,08

Для расчета значения конкурентоспособности персонала используйте информацию таблиц:

Таблица. Результаты оценки качеств менеджера

Номер эксперта	Оценка качеств						
	1	2	3	4	5	6	7
1	5	4	5	4	5	4	5
2	4	5	5	5	5	5	5
3	4	4	4	3	4	5	5
4	5	5	5	4	4	4	5
5	3	5	4	4	4	4	5

Таблица. Результаты оценки качеств старшего продавца

Номер эксперта	Оценка качеств						
	1	2	3	4	5	6	7
1	5	4	4	5	5	4	5
2	4	3	5	5	4	4	5
3	4	4	5	5	5	5	5
4	5	3	4	5	4	5	4
5	3	4	4	4	5	4	5

Таблица. Результаты оценки качеств продавца

Номер эксперта	Оценка качеств						
	1	2	3	4	5	6	7
1	5	3	5	5	4	5	4
2	4	3	4	4	4	4	3
3	4	4	5	4	4	5	5
4	5	4	5	5	4	4	4
5	3	3	4	4	4	5	4

Задача 2

Рассчитайте конкурентоспособность холодильника «Марка 1» по отношению к холодильнику «Марка 2» по техническим, эстетическим и экономическим параметрам, если известно:

Таблица. Исходные данные для расчета конкурентоспособности холодильника

Экономические параметры	Марка 1	Марка 2	Эталон	Уд. вес параметра, %
Цена	6800	8500	5000	
Расходы по ремонту	1500	5100	1100	
Расходы на электроэнергию	2400	2100	2000	
Расходы по уходу в процессе эксплуатации	6589	6225	4500	
Итого				100

Таблица. Исходные данные для расчета конкурентоспособности холодильника

Эстетические параметры	Марка 1	Марка 2	Эталон	Уд. вес параметра, %
Стайлинг (соответствие моде)	4	2	5	20
Эргономичность	5	1	5	50
Внешний вид	4	1	5	10
Цвет	4	4	5	20

Таблица. Исходные данные для расчета конкурентоспособности холодильника

Экономические параметры	Марка 1	Марка 2	Эталон	Уд. вес, %
Емкость морозильной камеры, л.	20	25	30	30
Емкость холодильной камеры, л	50	60	70	50
Потребляемая мощность, Вт	1500	2000	2500	10
Время цикла работы, мин.	5	3	3	10

Задача 3.

Проведите факторный анализ рыночной доли предприятия. По результатам анализа сделайте вывод о влиянии на рыночную позицию ЗАО «Вентокальдо» ассортиментной и ценовой политики предприятия.

Таблица. Исходные данные для факторного анализа рыночной доли ЗАО «Вентокальдо» в мае 2008 и 2009 гг.

Ассортимент	Май 2008		Май 2009		Выручка, руб.		Доля по стоимости	
	Кол-во	Цена	Кол-во	Цена	2006 г	2007 г	2006 г	2007 г
Пельмени ручной лепки	10695	43,9	12500	44,9			0,17	0,18
Пельмени машинной лепки	9356	68,5	10235	65,75			0,23	0,22
Котлеты	6123	56,2	5998	57,25			0,12	0,11
Фарш	4569	78,5	4735	79,75			0,13	0,12
Вареники	8657	41	9613	42,25			0,13	0,13
Блинчики	7389	69,5	8115	70,89			0,18	0,19
Итого	-	-	-	-			0,96	0,95

Задача 4.

Определите двумя методами конкурентоспособность кофе и постройте рейтинг конкурентоспособности марок кофе по приведенным в таблице данным:

Таблица. Исходные данные для расчета интегрального показателя конкурентоспособности.

Кофе	По экономическим показателям	По техническим показателям	По органолептич. показателям	Интегральный показатель	
Nescafe Gold	1,02	1,03	0,93		

Tchibo Exclusive	0,98	0,95	0,94		
Черная карта	0,98	0,82	0,80		
Амбассадор	0,96	0,77	0,86		
Caffa Elglesso	1,0	0,87	0,79		
Jacobs Monarch	0,85	0,91	0,80		
Моссона	1,04	1,03	0,88		
Милагро де Люкс	0,88	1,03	0,88		

Оцените конкурентоспособность марок кофе, реализуемых в розничной торговой сети г. Красноярск по индексу Булеева:

Таблица. Исходные данные для расчета нормируемого интегрального коэффициента качества

Коэффициенты	Оценка продукции							
	Nescafe Gold Tchibo Exclusiv	Черная карта	Амбассадор	Caffa Elglesso	Jacobs Monarch	Моссона	Милагро де Люкс	
1. Коэффициент качества кофе	3	2	2	2	2	3	2	
2. Коэффициент восприятия	2	2	1	1	2	1	2	
3. Коэффициент сервиса (упаковка)	2	2	1	1	1	2	2	
4. Коэффициент новизны	1	1	1	1	1	1	1	
5. Интегральный коэффициент качества (ИКК)	8	7	5	5	6	6	7	
6. Коэффициент доверия к стране	1	1	1	1	1	1	1	
7. Коэффициент доверия к фирме	3	2	1	2	1	2	2	
8. Коэффициент интенсивности рекламы	3	2	1	1	1	2	1	
9. Интегральный коэффициент доверия (ИКД)	7	5	3	4	3	5	4	
10. Нормируемый интегральный коэффициент (НИК)	15	12	8	9	9	11	11	

Информацию занесите в таблицу:

Таблица. Расчет коэффициента Буля для кофе

Показатель	Nescafe Gold Tchibo Exclusive	Черная карта	Амбассадор	Caffa Elglesso	Jacobs Monarch	Моссона	Милагро де Люкс
Нормируемый интегральный коэффициент пользовательского качества (НИК)							
Коэффициент нормированной цены (НЦ)	2,4	2,32	2,4	2,3	2,4	2,5	2,04
Коэффициент Буля							
Место в рейтинге конкурентоспособности по коэффициенту Буля							

Задача 5.

Рассчитайте конкурентоспособность пива, производимого ООО «Аян» на основе данных ранжирования покупателями показателей конкурентоспособности напитка (таблица 7.29)

Таблица. Ранжирование покупателями показателей конкурентоспособности пива

Параметры	Ранг параметра									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
	Чел .	Чел л.	Чел .							
Цвет	30	39	21	4	2	2	1	1	-	-

Вкус	42	27	19	6	3	2	1	-	-	-
Аромат	8	10	16	30	22	12	2	-	-	-
Крепость	2	4	11	18	31	19	13	2	-	-
Пенообразование	-	-	-	-	5	7	11	15	24	38
Прозрачность	3	3	5	7	10	21	15	13	12	11
Натуральность ингредиентов	2	1	1	7	9	13	24	20	13	10
Наличие вкусовых добавок	-	-	-	6	8	12	20	21	25	8
Свежесть	18	20	31	20	7	4	-	-	-	-
Консистенция	-	-	-	2	3	9	13	27	24	22

Расчеты занесите в таблицы:

Таблица. Расчет группового показателя конкурентоспособности пива ООО «Аян» по техническим параметрам

Технические параметры	Величина параметра		Ед. параметр. индекс i-го параметра	Вес параметра, %	Групповой параметр. показатель
	Анализ. продукт	Конкурент			
цвет	5	5			
вкус	4	4,7			
аромат	4	4,8			
крепость	5	5			
пенообразование	4	5			
прозрачность	5	4,5			
Натуральность ингредиентов	3	5			
Наличие вкусовых добавок	3	4,6			
свежесть	5	3			
консистенция	5	5			
Итого	-	-			

Таблица. Расчет группового показателя конкурентоспособности ООО «Аян» по экономическим параметрам

Экономические параметры	Величина параметра		Единичный параметрический индекс	Вес параметра, %	Групповой параметрический показатель
	ООО «Аян»	ОАО «Балтика»			
Цена розничная (1 л.)	27,12	38,89			
Затраты прочие	15,80	12,87			
Цена потребления	42,92	51,76			

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Конституция Российской Федерации. – М. : Книга сервис, 2004. – 33 с.
2. Налоговый кодекс Российской Федерации : в 2 ч. : по сост. на 25 марта 2007 г. – М. : Юрайт, 2007. – 584 с.
3. Гражданский кодекс Российской Федерации: в 3 ч. : по сост. на 01 нояб. 2006 г. - М. : Омега-Л, 2006. – 441 с.
4. О государственной программе развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия на 2008 – 2012 годы [электронный ресурс]: постановление Правительства РФ от 14 июля. 2007 г. № 446 // [http:// www.consultant.ru /](http://www.consultant.ru/)
5. О федеральной целевой программе «Социальное развитие села до 2010» [электронный ресурс]: постановление Правительства РФ от 3 дек. 2002 г. № 858 // [http:// www.consultant.ru /](http://www.consultant.ru/)
6. О краевой целевой программе «Развитие субъектов малого и среднего предпринимательства в Красноярском крае» на 2008-2010 годы (подписан Губернатором Красноярского края 29.12.2007 [электронный ресурс]: закон Красноярского края от 20.12.2007 № 4 – 1130 // [http:// www.consultant.ru /](http://www.consultant.ru/)
7. О краевой целевой программе «Развитие сельскохозяйственной потребительской кооперации в Красноярском крае» на 2007-2009 годы (подписан Губернатором Красноярского края 28.12.2006) [электронный ресурс]: закон Красноярского края от 26.12.2006 № 21 – 5624 (ред. от 20.12.2007) // [http:// www.consultant.ru /](http://www.consultant.ru/)
8. Об утверждении порядка предоставления субсидий на возмещение части затрат по разработке бизнес-планов проектов субъектов малого и (или) среднего предпринимательства [электронный ресурс]: постановление Совета администрации Красноярского края от 10.02.2008 № 52-п // [http:// www.consultant.ru /](http://www.consultant.ru/)
9. Об утверждении порядка разработки, утверждения и реализации ведомственных целевых программ и перечня показателей результативности деятельности органов исполнительной власти края [электронный ресурс]: постановление Совета администрации Красноярского края от 28.06.2006 № 179-п (ред. от. 14.01.2008) // [http:// www.consultant.ru /](http://www.consultant.ru/)
10. Об утверждении ведомственной целевой программы «Развитие агропромышленного комплекса Красноярского края» на 2008-2010 годы [электронный ресурс]: распоряжение Совета администрации Красноярского края от 30.06.2007 № 700-р (ред. от 12.10.2007) // [http:// www.consultant.ru /](http://www.consultant.ru/)
11. О государственной финансовой поддержке сельскохозяйственного производства в Красноярском крае в 2006 году [электронный ресурс]: сообщение Территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Красноярскому краю от 15.12.2007 № ИФ-10.88 / 79 // [http:// www.consultant.ru /](http://www.consultant.ru/)
12. Об утверждении порядка проведения анализа и оценки состояния конкурентной среды на товарном рынке [электронный ресурс]: приказ ФАС РФ от 25.04.2006 № 108 // [http:// www.consultant.ru /](http://www.consultant.ru/)
13. Об утверждении порядка создания и функционирования информационно-консультационной службы агропромышленного комплекса края [электронный ресурс]: приказ департамента сельскохозяйственной и продовольственной политики администрации Красноярского края от 17.04.2006 № 16-о // [http:// www.consultant.ru /](http://www.consultant.ru/)

14. Азоев Г.Л. Конкуренция: Стратегия и практика / Г.Л. Азоев. – М.: Центр экономики и маркетинга, 1996. – 208 с.
15. Александров Ю. Л. Исследование рынка потребительских товаров: методологические основы, практика, использование: монография / Ю. Л. Александров, Н. Н. Терещенко; Краснояр. гос. торг.-экон. ин-т. – Красноярск, 2000. – 320 с.
16. Александров Ю.Л. Экономика товарного обращения: учебник / Ю.Л. Александров, Н.Н. Терещенко; Краснояр. гос. торг.-экон. ин-т. – Красноярск, 2000. – 240 с.
17. Амблер Т. Практический маркетинг / Т. Амблер. - СПб.: Питер, 2001. – 169 с.
18. Аминов Э. Этапы разработки и реализации конкурентной стратегии / Э. Аминов // Практический маркетинг. – 2006. - № 6. – С. 30–35.
19. Арбиев Е.Т. Практический маркетинг / Е.Т. Арбиев, Э.А. Уткин. – М.: Теис, 2002. – 381 с.
20. Багиев Г.Л. Маркетинг / Г.Л. Багиев, В.М. Тарасевич, Х. Анн. – М.: Экономика, 1999. – 736 с.
21. Барышев А. Ф. Маркетинг: учебник для сред. проф. образования / А. Ф. Барышев. - 2-е изд., стер. - М. : Academia, 2002. - 208 с.
22. Барышева Г. Прогнозные модели развития региона / Г. Барышева, А. Черданцева // Экономист. – 2007. - № 6. – С. 88–90.
23. Басовский Л.Е. Маркетинг: курс лекций / Л.Е. Басовский. – М.: ИНФРА-М, 2003.- 219 с.
24. Беляев В.И. Маркетинг: основы теории и практики: учебник / В.И. Беляев. – М.: КНОРУС, 2005. – 672 с.
25. Беляевский И.К. Маркетинговое исследование: информация, анализ, прогноз: учеб. пособие / И.К. Беляевский. - М.: Финансы и статистика, 2001. – 421 с.
26. Бендина Н.В. Маркетинг: конспект лекций в схемах / Н.В. Бендина. – М.: Приор-издат, 2005. – 208 с.
27. Блок М.А. Региональная продовольственная безопасность и система ее обеспечения / М.А. Блок. – СПб: Инфо-да, 2007. – 131 с.
28. Божук С.Г. Маркетинговые исследования / С.Г. Божук, Л.Н. Ковалик. – СПб.: Питер, 2004. - 304 с.
29. Валов С. В. Опыт практического использования информации о внешней и внутренней среде организации / С. В. Валов, С. А. Власов // Маркетинг и маркетинговые исследования. – 2007. - № 6. – С. 474-482.
30. Васильева А. Оценка конкурентоспособности ассортимента продукции ОАО «Молочный комбинат Благовещенский» / А. Васильева, Ю. Костина // Практический маркетинг. – 2006. - № 8. – С. 14–23.
31. Ващекин Н. П. Безопасность предпринимательской деятельности : учеб. пособие для вузов / Н. П. Ващекин, М. И. Дзлиев, А. Д. Урсул. - 2-е изд., доп. и перераб. - М. : Экономика, 2002. - 334 с.
32. Венецкий И.Г. Основные математико-статистические понятия и формулы в экономическом анализе / И.Г. Венецкий, В.И. Венецкая. – М.: Статистика, 1979. – 447 с.
33. Гвозденко А. Н. Использование методики многофакторного SWOT – анализа для разработки стратегических направлений деятельности предприятий /

А.Н. Гвозденко // Маркетинг и маркетинговые исследования. – 2006. - № 4. – С. 316–324.

34. Глухов А. Оценка конкурентоспособности товара и способы ее обеспечения / А. Глухов // Маркетинг. – 2000. - №3. – С.61.

35. Голубков Е.П. Маркетинговые исследования: теория, методология и практика / Е.П. Голубков. – М.: Финпресс, 2003. – 658 с.

36. Голубков Е.П. Основы маркетинга: учебник / Е.П. Голубков. – М: Финпресс, 1999. - 688 с.

37. Дейли Д. Эффективное ценообразование - основа конкурентного преимущества : пер. с англ. / Д. Л. Дейли. - М. : Вильямс, 2004. - 302 с.

38. Егорова О. В. Проблемы оценки конкурентоспособности торговой организации / О. В. Егорова, И. В. Маликов // Маркетинг и маркетинговые исследования. – 2006. - № 4. – С. 324-332.

39. Завьялов П.С. Маркетинг в схемах, рисунках, таблицах: учеб. пособие / П.С. Завьялов. - М.: ИНФРА-М, 2005. – 496 с.

40. Зайченко Е. Н. Конкурентоспособность товаров и ее оценка : учеб. пособие по спец. 351100 "Товароведение и экспертиза товаров" / Е. А. Зайченко, В. В. Полянская, Краснояр. гос. торг.-экон. ин-т. - Красноярск : Кларетианум, 2002. - 141 с.

41. Захаров Ю.В. Состояние и возможности развития агропромышленного комплекса / Ю.В. Захаров // Экономист. – 2002.- № 2. – С. 89 – 94.

42. Ивин В. Метод Тейла – Кавасаки – Циммермана для микроэкономического анализа уровня конкуренции / В. Ивин // Практический маркетинг. – 2006. - № 10. – С. 8–13.

43. Ильин А.И. Планирование на предприятии: учеб. пособие. В 2 ч. Ч. 1. Стратегическое планирование / А.И. Ильин. – М.: Мисанта, 1998. - 188 с.

44. Карпова Е. Маркетинговые исследования потребительских предпочтений на рынке мясопродуктов / Е. Карпова, М. Дли // Практический маркетинг. – 2006. – № 3. – С. 26–31.

45. Князева И. В. Антимонопольная политика в России : учеб. пособие для вузов по специальности "Национальная экономика" / И. В. Князева. - М. : Омега-Л, 2006. - 526 с.

46. Конкуренция и монопольное регулирование: учеб. пособие для вузов / под ред. А. Г. Цыганова. - М.: Логос, 2003. -368 с.

47. Коротков А. Некоторые методические аспекты конкурентного анализа / А. Коротков, Н. Третьяков // Маркетинг. – 2007. - № 1. – С. 48–55.

48. Коротков А.В. Маркетинговые исследования: учеб. пособие для вузов / А.В. Коротков. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005. – 304 с.

49. Котлер Ф. Маркетинг. Менеджмент : пер. с англ. / Ф. Котлер, К. Л. Келлер. - 12 изд. - СПб. : Питер, 2006. - 814 с.

50. Котлер Ф. Основы маркетинга : пер. с англ. / Ф. Котлер. - М. : Книга и бизнес : ИМА-Кросс, Плюс, 2004. - 702 с.

51. Курцев И. Агропромышленный комплекс Сибирского округа / И. Курцев // Экономист. – 2007. - № 9. – С. 81–86.

52. Лаан Ж. Реализация федеральных целевых программ: механизм управления / Ж. Лаан // Экономист. – 2007. - № 11. – С. 31-34.

53. Ламбен Ж.-Ж. Стратегический маркетинг. Европейская перспектива: пер. с фр. / Ж.-Ж. Ламбен. - СПб.: Наука, 1996. – 589 с.

- 54.Лифиц И. М. Теория и практика оценки конкурентоспособности товаров и услуг : учеб. пособие / И. М. Лифиц. - 2-е изд., доп. и испр. - М. : Юрайт, 2001. - 224 с.
- 55.Лифиц И. М. Формирование и оценка конкурентоспособности товаров и услуг : учеб. пособие для вузов / И. М. Лифиц. - М. : Юрайт, 2004. - 335 с.
- 56.Лифиц И. О критериях конкурентоспособности товаров и услуг / И. Лифиц // Маркетинг. – 2006. - № 3. – С. 25–33.
- 57.Лысенко Е. Совершенствование форм хозяйствования в аграрном секторе / Е.Лысенко // Экономист. – 2007. – № 10. – С. 21–28.
- 58.Маркетинг : учебник для вузов / ред. А. Н. Романов. - М. : Банки и биржи : ЮНИТИ, 1996. - 560 с.
- 59.Маркетинг : учебник для вузов / ред. Н. Д. Эриашвили. - 3-е изд., перераб. и доп. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2003. - 631 с.
- 60.Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учеб. пособие для вузов / ред. Н. А. Нагапетьянц. - М. : Вузовский учебник, 2006. - 271 с.
- 61.Маркетинговые исследования рынка продуктов питания (региональный аспект): учеб. пособие / С.С. Фирсенко, П.И. Пимашков, В.А. Чижикова и др.; Краснояр. гос. торг.-экон. ин-т. – Красноярск: Универс, Союз, 2000. – 216 с.
- 62.Митин С. Работа АПК в 2006 г. и формирование агропродовольственной политики / С. Митин // Экономист. – 2007. - № 4. – С. 23–26.
- 63.Мишин Ю. В. Инвестиции в конкурентоспособное производство : учеб. пособие для вузов / Ю. В. Мишин. - М. : КноРус, 2005. - 288 с.
- 64.Мухина Е. Оценка эффективности государственной поддержки агропромышленного производства / Е. Мухина // Экономист. – 2007. - № 4. – С. 89–93.
- 65.Ноздрева Р.Б. Маркетинг: учеб. пособие / Р.Б. Ноздрева, Г.Д. Крылова, М.И. Соколова. – М.: Велби, 2005. – 232 с.
- 66.Охорзина Ю. О. Оптимизация управления проектами на предприятиях пищевой промышленности / Ю.О. Охорзина // Маркетинг и маркетинговые исследования. – 2006. - № 5. – С. 454–472.
- 67.Панкрухин А.П. Маркетинг: учебник / А.П. Панкрухин. – М.: Омега-Л, 2003. – 656 с.
- 68.Панько Ю. В. Особенности комплексного подхода к оценке состояния конкурентной среды на мезоэкономическом уровне / Ю. В. Панько // Современная конкуренция. – 2007. - № 6. – С. 117-126.
- 69.Пимашков П. И. Маркетинговое исследование товарных рынков продуктов питания: Теория, методология, практические рекомендации / П. И. Пимашков, С. С. Фирсенко.; Краснояр. гос. торг.-экон. ин-т. – Красноярск: Универс, 1999. – 96 с.
- 70.Портер М. Конкуренция : учеб. пособие : пер. с англ. / М. Э. Портер. - М. : Вильямс, 2000. - 495 с.
- 71.Рубин Ю. Б. Теория и практика предпринимательской конкуренции : учебник для вузов по специальности 061700 "Статистика", 351000 "Антикризис. упр." и др. экон. специальностям и направлениям / Ю. Б. Рубин. - 6-е изд., перераб. и доп. - М. : Маркет ДС, 2007. - 607 с.
- 72.Сабецкая Г. Рыночная модель конкурентоспособности продукции / Г. Сабецкая // Маркетинг. – 2006. - № 1. – С. 29-34.
- 73.Сребник Б. В. Маркетинг : учеб. пособие [для вузов] / Б. В. Сребник. - М. : Высш. шк., 2005. - 360 с.

74. Статистика рынка товаров и услуг: учебник / И.К. Беляевский, Г.Д. Кулагина, Л.А. Данченко и др.; под ред. И.К. Беляевского. - 2-е изд. перераб. и доп. - М.: Финансы и статистика, 2002. - 656 с.
75. Товароведение и экспертиза продовольственных товаров: учебник / под ред. проф. Л. Г. Елисейевой. - М: МЦФЭР, 2006. - 800 с.
76. Ушачев И. Сельское хозяйство: приоритетно-целевой принцип развития / И. Ушачев // Экономист. - 2007. - № 9. - С. 18-25.
77. Фатхутдинов Р. А. Конкурентоспособность: Экономика, стратегия, управление : учеб. пособие для вузов / Р. А. Фатхутдинов. - М. : ИНФРА-М, 2000. - 312 с.
78. Фатхутдинов Р. А. Стратегический маркетинг : учебник для вузов / Р. А. Фатхутдинов. - 3-е изд. - СПб. : Питер, 2003. - 346 с.
79. Фатхутдинов Р.А.. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление: учебник для вузов / Р. А. Фатхутдинов. - М.: ИНФРА-М, 2000.-312с.
80. Фирсенко С. С Исследование конкурентной среды продовольственного рынка (региональный аспект) : монография / С. С. Фирсенко, Л. В. Юшкова; Краснояр. гос. торг.-экон. ин-т. - Красноярск : Изд-во КГУ, 2002. - 168 с.
81. Фирсенко С. С. Влияние интенсивности конкуренции на формирование и развитие регионального продовольственного рынка / С. С. Фирсенко; Краснояр. гос. торг.-экон. ин-т. - Красноярск : Универс, 2002. - 112 с.
82. Фирсенко С.С. Стратегия формирования регионального продовольственного рынка: Монография / С.С. Фирсенко, Е.В. Смирнова; Краснояр. гос. торг.-экон. ин-т. - Красноярск, 2002. - 176 с.
83. Фирсенко С.С. Формирование и развитие продовольственного рынка как гарантия продовольственной безопасности региона – субъекта федерации / С.С. Фирсенко; Краснояр. гос. торг.-экон. ин-т. - Новосибирск: Наука, 2002. - 368 с.
84. Хорев А. Портфельный анализ хлебобулочных изделий как способ повышения эффективности маркетинговой деятельности предприятия / А. Хорев, А. Швец, Р. Дядьков // Практический маркетинг. - 2007. - № 7. - С. 33-40.
85. Черчилль Г.А. Маркетинговые исследования / Г.А. Черчилль. - СПб.: Питер, 2000.- 752 с.
86. Шаститко А. Экономические аспекты ослабления наказания за нарушение антимонопольного законодательства / А. Шаститко // Вопросы экономики. - 2007. - № 8. - С. 68-73.
87. Эриашвили Н.Д. Маркетинг: учебник для вузов / Н.Д. Эриашвили. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2000. - 611 с.
88. Юданов А.Ю. Конкуренция: теория и практика: учеб. пособие / А. Ю. Юданов.-3-е изд., испр. и доп.-М.: ГНОМ и Д, 2001.-304 с.
89. Юрашев В. Математические методы прогнозирования в бизнесе / В. Юрашев, И. Шелест // Практический маркетинг. - 2007. - № 8. - С. 22-26.
90. Юрко М. Исследование потребительских предпочтений на рынке хлебобулочных изделий / М. Юрко, В. Заикина // Практический маркетинг. - 2007. - № 1. - С. 37-40.
91. www.marketingresearch.ru
92. www.aup.ru