

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**

**ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ІМЕНІ СЕМЕНА КУЗНЕЦЯ**

**Робоча програма  
навчальної дисципліни  
"АНАЛІЗ РИНКІВ"**

**для студентів напряму підготовки  
6.030504 "Економіка підприємства"  
денної форми навчання**

**Харків. ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2016**

Затверджено на засіданні кафедри економіки підприємства та менеджменту.

Протокол № 1 від 31.08.2015 р.

*Самостійне електронне текстове мережне видання*

**Укладачі:** М. В. Афанасьєв  
Т. І. Салашенко

Р 58 Робоча програма навчальної дисципліни "Аналіз ринків" для студентів напряму підготовки 6.030504 "Економіка підприємства" денної форми навчання : [Електронне видання] / уклад. М. В. Афанасьєв, Т. І. Салашенко. – Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2016. – 69 с.

Подано тематичний план навчальної дисципліни та її зміст за модулями й темами. Вміщено плани лекцій, практичних, лабораторних та семінарських занять, матеріали щодо закріплення знань (завдання для самостійної роботи, контрольні запитання), методичні рекомендації щодо оцінювання знань студентів, професійні компетентності, якими повинен володіти студент після вивчення дисципліни.

Рекомендовано для студентів напряму підготовки 6.030504 "Економіка підприємства" денної форми навчання.

## Вступ

Розбудова економічних відносин в Україні відбувається шляхом лібералізації ринків різних продуктів: від масового вжитку до національного стратегічного значення. Лібералізація ринків насамперед пов'язана з розширенням свободи економічної діяльності господарюючих суб'єктів, зняттям обмежень на комерційну діяльність, а, отже, забезпеченням економічної конкуренції та свободи підприємництва. Трансформаційні процеси, які виникають у національній економіці, обумовлюють багатоваріантність майбутнього з огляду на кроки, що роблять конкуренти та економічні, соціальні та політичні тенденції, що виникають на макрорівні. Все це спонукає окремих суб'єктів господарювання приділяти більше уваги моніторингу та аналізу ринкового середовища. А нехтування аналізом ринків навпаки, може призвести до зниження попиту на продукцію підприємства та до зниження або навіть втрати його прибутковості.

Аналіз ринкової ситуації необхідний як для підприємств, які вже існують на ринку та прагнуть утримати свої позиції і/або розвиватися далі, так і для нових підприємств, які тільки входять на ринок. Аналіз ринку дає цілісне уявлення щодо місткості ринку, динаміки її розвитку, загальної кон'юнктури ринку та бар'єрів входу/виходу, рівнів цін, сили конкурентної боротьби тощо. На сьогодні аналіз ринків посів вагоме місце серед функцій менеджменту на підприємствах. У практичній діяльності аналізом ринків займаються аналітичні служби окремих підприємств або ж ці функції на засадах аутсорсингу виконують різні маркетингові та консалтингові підприємства.

Навчальна дисципліна "Аналіз ринків" є вибірковою та вивчається згідно з навчальним планом підготовки фахівців освітнього ступеня "бакалавр" напряму підготовки 6.030504 "Економіка підприємства" денної форми навчання.

Вивчення цієї навчальної дисципліни дозволяє студентам:

визначати вид ринкової структури та аналізувати ринкову кон'юнктуру підприємства, орієнтуватися в засадах нормативно-правового регулювання конкурентних відносин;

визначати основні соціально-економічні фактори, що визначають попит на ринку та аналізувати і прогнозувати динаміку їх руху.

## 1. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Галузь знань, напрям підготовки, освітній ступінь	Характеристика навчальної дисципліни
		денна форма навчання
Кількість кредитів – 4	Шифр та назва галузі знань: 0305 "Економіка та підприємництво"	За вибором
Змістових модулів – 2	Шифр та назва напрямку підготовки: 6.030504 "Економіка підприємства"	Рік підготовки – 3-й
Індивідуальне науково-дослідне завдання – заповнення робочого зошита (в рамках самостійної роботи)		Семестр – 5-й
Загальна кількість годин – 144		Лекції – 28 год
Тижневих годин для денної форми навчання: аудиторних – 4, самостійної роботи студента – 6	Освітній ступінь: бакалавр	Практичні, семінарські – 28 год
		Самостійна робота – 88 год
		Вид контролю – залік

*Примітка.* Співвідношення кількості годин аудиторних занять до самостійної і індивідуальної роботи становить 88 годин (64 %).

## 2. Мета та завдання навчальної дисципліни

**Мета навчальної дисципліни** – формування у студентів системи професійних компетентностей щодо концептуальних основ функціонування та розвитку ринку з метою обґрунтування та прийняття ефективних управлінських рішень щодо подолання негативних явищ ринкового середовища та використання можливостей його розвитку.

Для досягнення мети були поставлені такі основні **завдання**:

1) засвоєння знань та набуття практичних навичок щодо типу ринкового середовища, основних кон'юктуроутворюючих чинників макро- і мікросередовища підприємства;

2) засвоєння теоретичних аспектів та опанування практичних навичок застосування різних видів аналізу ринкового середовища (фундаментального, технічного, рейтингового, статистичного та експертного);

3) отримання практичних навичок щодо аналізу слабоструктурованого та багатоваріантного ринкового середовища.

**Об'єктом** навчальної дисципліни виступають процеси функціонування та розвитку ринкового середовища.

**Предметом** навчальної дисципліни є методи та інструменти оцінки та аналізу ринкового середовища.

Навчальною базою дисципліни "Аналіз ринків" є навчальні дисципліни гуманітарного та професійного циклів: "Мікроекономіка", "Макроекономіка", "Економіка підприємства", "Статистика", "Маркетинг", "Фінанси", "Менеджмент". У свою чергу, оволодіння даною навчальною дисципліною сприятиме глибокому розумінню та успішному освоєнню таких навчальних дисциплін, як: "Стратегія підприємства", "Аналітичні моделі і методи в економіці підприємства", "Управління конкурентоспроможністю підприємства", "Обґрунтування та експертиза бізнес-проектів".

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен:

**знати:**

предмет, мету та основні завдання аналізу ринків;

основні елементи ринкових структур: суб'єкти, об'єкти та границі ринків;

класифікацію ринкових структур та їх відмінні ознаки;

види, типи та рівні ринкової кон'юнктури;

показники оцінки концентрації продавців та покупців на ринку;  
економічні та правові засади державного регулювання економічної конкуренції;

теоретико-методичні засади диференціації продуктів на галузевих ринках;

сутність та види цінової дискримінації продуктів на ринку;  
класифікацію бар'єрів входу та виходу підприємств на ринку;  
економічний зміст ефекту масштабу виробництва та його види;  
види та наслідки інтеграції підприємств на галузевих ринках;  
сутність методу фундаментального аналізу, його рівні та класифікацію основних показників;

аксіоми та методи технічного аналізу ринків, види діаграм технічного аналізу та основні фігури цінових трендів;

систему показників та методи статистичного аналізу ринкового середовища;

алгоритм конструювання та способи визначення узагальнюючих рейтингових показників;

методи експертного оцінювання ринку, види експертних оцінок та способи визначення узгодженості думок експертів;

**ВМІТИ:**

визначати тип ринкової структури за показниками концентрації продавців та покупців на ринку;

проводити диференціацію продуктів на ринку;

аналізувати бар'єри входу та виходу підприємств на галузеві ринки;

визначати вплив основних макроекономічних факторів на динаміку руху ринків та аналізоване підприємство;

збирати та аналізувати інформацію про тенденції розвитку галузі;

аналізувати регіональні чинники розвитку ринкового середовища;

проводити аналіз мікросередовища підприємства, визначати прямих та потенційних конкурентів, товари-компліменти та товари-субститути;

аналізувати динаміку руху ціни та визначати цінові тренди;

здійснювати статистичний та рейтинговий аналіз ринкового середовища прямого впливу;

проводити експертний аналіз слабоструктурованих чинників у ринковому середовищі.

Професійні компетентності, які отримують студенти після вивчення навчальної дисципліни "Аналіз ринків", наведено у табл. 2.1.

Таблиця 2.1

**Професійні компетентності, які отримують студенти після вивчення навчальної дисципліни "Аналіз ринків"**

Код компетентності	Назва компетентності	Складові компетентності
AP* 1	Аналізувати типові ринкові структури	Визначати тип ринкової структури за показниками концентрації
		Визначати положення підприємства в ринковому середовищі
		Проводити диференціацію продуктів та покупців на галузевих ринках
AP 2	Аналізувати ключові індикатори функціонування та розвитку ринкових структур	Проводити фундаментальний аналіз ринкового середовища
		Аналізувати динаміку руху цін на ринку, визначати лінії трену та напрями зміни ринкових цін
		Здійснювати статистичний аналіз галузевих показників динаміки руху ринків
		Проводити рейтинговий аналіз конкурентного середовища підприємства
		Здійснювати експертне оцінювання слабоструктурованих чинників ринкового середовища

\* – Аналіз ринків

Структуру професійних компетентностей наведено у табл. 2.2.

**Структура професійних компетентностей з навчальної дисципліни "Аналіз ринків"  
на основі національної рамки кваліфікації**

Складові компетентності, яка формується	Мінімальний досвід	Знання	Вміння	Комунікація	Автономність і відповідальність
1	2	3	4	5	6
<b>Змістовий модуль 1.</b>					
<b>Теоретико-методичні особливості функціонування та розвитку галузевих ринків</b>					
<b>Тема 1. Основні характеристики галузевого ринку</b>					
Визначати тип ринкової структури за показниками концентрації	Поняття ринку та його границі. Визначення ринкової кон'юнктури, її типи та рівні	Основи відмінності між ринком і галуззю. Загальна характеристика типів ринків. Групи суб'єктів ринку. Класифікація ринкових структур за чисельністю продавців та покупців. Показники концернтрації продавців та покупців на ринку. Засади державного регулювання економічної конкуренції	Визначати границі ринків. Розраховувати перехресну еластичність товарів на ринку. Оцінювати концентрацію продавців та показників на ринку. Визначати ступінь монополізації ринку	Аргументувати власну позицію щодо границь ринку та концернтрації продавців і покупців. Робити висновки щодо ступеня його монополізації	Самостійно приймати управлінські рішення з питань вибору інструментів для оцінки концентрації на ринку та нести відповідальність за зроблені висновки та рекомендації



1	2	3	4	5	6
<b>Тема 2. Підприємство в сучасних ринкових умовах</b>					
Визначати положення підприємства в ринковому середовищі	Основні концепції створення підприємств та їх цілі	Типологія функціонування підприємств. Ефект масштабу підприємства: його сутність та види. Показники оцінки ринкової влади підприємства. Класифікація ринків за висотою бар'єрів входу та виходу. Види та мотиви інтеграції підприємств	Визначати показники ринкової влади підприємства та ефект масштабу виробництва. Аналізувати бар'єри входу та виходу підприємств на галузеві ринки. Визначати напрямки трансформації ринкових структур	Аргументувати власну позицію щодо ринкової влади підприємства, робити змістові висновки щодо висоти бар'єрів входу та виходу на ринок та напрямів зміни ринкових структур	Самостійно обирати інструменти щодо оцінки ринкової влади підприємства. Нести відповідальність за повноту охоплення інформації щодо аналізу бар'єрів ринку
<b>Тема 3. Диференціація продуктів та покупців на галузевих ринках</b>					
Проводити диференціацію продуктів та покупців на галузевих ринках	Поняття та види диференціації продуктів та покупців на галузевих ринках	Градація товарних ринків за ступенем диференціації продукту. Концепція <i>Brand Equity</i> та методи оцінки вартості бренду. Ступені та види цінової диференціації покупців на ринку	Диференціювати продукти на галузевих ринках на бренди та дженерики. Аналізувати ефективність проведення цінової диференціації покупців на ринку	Презентувати результати диференціації продавців та покупців на галузевих ринках	Самостійно визначати напрями диференціації продуктів на галузевих ринках. Приймати ефективні управлінські рішення щодо доцільності цінової дискримінації покупців

1	2	3	4	5	6
<b>Змістовий модуль 2.</b>					
<b>Теоретико-методичні особливості застосування основних видів аналізу ринків</b>					
<b>Тема 4. Фундаментальний аналіз</b>					
Проводити фундаментальний аналіз ринкового середовища	Сутність методу фундаментального аналізу та його рівні	Класифікація показників фундаментального аналізу за ступенем випередження економічної події. Основні макроекономічні індикатори та їх вплив на динаміку руху ринку. Ключові міжнародні індекси та їх місце в динаміці ринкових структур. Чинники формування балансу попиту та пропозиції на галузевому ринку. Життєвий цикл галузі та показники її інвестиційної привабливості	Визначати вплив макроіндикаторів на динаміку руху попиту та пропозиції на ринку. Здійснювати аналіз галузевих показників та визначати баланс попиту та пропозиції на ринку. Визначати вплив регіональних чинників на динаміку попиту та пропозиції на ринку. Аналізувати мікросередовище підприємства за даними фінансової звітності підприємств конкурентів	Аргументувати власну позицію щодо впливу макро-, мезо- та мікроекономічних чинників на динаміку руху ринків	Самостійно обирати індикатори, що найбільш впливають на динаміку руху ринків. Нести відповідальність за достовірність висновків щодо напрямів подальшого руху ринків

1	2	3	4	5	6
<b>Тема 5. Технічний аналіз</b>					
Аналізувати динаміку руху цін на ринку, визначати лінії тренду та напрями зміни ринкових цін	Поняття та аксіоми технічного аналізу	Класифікація методів технічного аналізу. Види графіків у технічному аналізі. Особливості побудови ліній тренду та ліній каналу. Класичні фігури та числа Фібоначчі в технічному аналізі. Основні методи фільтрації	Будувати різні види графіків динаміки цін на ринку: лінійні, гістограми, хрестики-нулики, японські свічки тощо. Визначати за графіком руху ціни лінії тренду, лінії каналу, його супротив та підтримку. Визначати основні розворотні фігури та фігури продовження за графіком руху ціни. Проводити фільтрацію динаміки руху ціни за різними типами ковзних середніх	Аргументувати власну позицію щодо напрямів руху цін на ринку	Самостійно приймати рішення щодо вибору методів технічного аналізу для дослідження динаміки руху ціни. Нести відповідальність за достовірність висновку щодо напрямів подальшого руху ціни на ринку
<b>Тема 6. Статистичний аналіз</b>					
Здійснювати статистичний аналіз галузевих показників динаміки руху ринків	Поняття статистичного аналізу, його цілі та завдання	Система показників статистичного аналізу. Особливості побудови інформаційної бази статистики ринку товарів та послуг. Методи та етапи проведення кластерного аналізу. Алгоритм факторного аналізу ринку	Проводити статистичний аналіз елементарних ознак ринкового середовища підприємства із застосуванням пакета MS Excel. Здійснювати кластерний аналіз ринкового середовища підприємства в пакетах SPSS та Statistica. Визначати чинники впливу на ринкове середовище за допомогою пакетів SPSS та Statistica	Презентувати результати статистичного аналізу та аргументувати власну позицію щодо рівномірності розподілу статистичних ознак, наявних кластерів та латентних чинників	Самостійно визначати чинники ринкового середовища та напрями їх впливу на ринкове середовище, а також кількість кластерів на ринку та їх особливості

1	2	3	4	5	6
<b>Тема 7. Рейтинговий аналіз</b>					
Проводити рейтинговий аналіз конкурентного середовища підприємства	Поняття рейтингового аналізу, види рейтингових оцінок	Методи ранжування сукупності об'єктів. Особливості конструювання узагальнюючого рейтингового показника. Методи стандартизації локальних показників. Шкали вимірювання узагальнених рейтингових показників. Кредитні рейтинги	Здійснювати рейтинговий аналіз конкурентного середовища з використанням різних методів: - середнього рангу; - середнього значення з показників ознакової множини; - таксономічного показника рівня розвитку; - багатовимірної середньої	Аргументувати власну позицію щодо результатів ранжування узагальнюючих показників конкурентного середовища підприємства	Самостійно приймати рішення щодо вибору методів рейтингового аналізу. Нести відповідальність щодо достовірності результатів рейтингового аналізу
<b>Тема 8. Експертне оцінювання</b>					
Здійснювати експертне оцінювання слабоструктурованих чинників ринкового середовища	Поняття експертного оцінювання та види експертних оцінок	Основні етапи експертного оцінювання. Методи колективного експертного оцінювання. Методичний підхід до побудови й аналізу когнітивних карт	Обирати ключові показники динаміки слабоструктурованого ринкового середовища. Проводити експертне оцінювання сили та напряму впливу показників. Встановлювати ступінь узгодженості думок експертів при аналізі ринкового середовища. Розробляти когнітивну карту та визначати результуючий вплив слабоструктурованих чинників	Аргументувати власну позицію щодо присвоєння показникам динаміки слабоструктурованого ринкового середовища експертних оцінок	Самостійно приймати рішення щодо надання експертних оцінок. Нести відповідальність щодо результатів експертного оцінювання

### **3. Програма навчальної дисципліни**

#### **Змістовий модуль 1. Теоретико-методичні особливості функціонування та розвитку галузевих ринків**

##### **Тема 1. Основні характеристики галузевих ринків**

###### *1.1. Ринок як економічна категорія.*

Змістові підходи до визначення сутності поняття "ринок". Типи границь ринків. Способи визначення границь ринків. Відмінності між поняттями "ринок" і "галузь". Види суб'єктів-інститутів ринку. Взаємовідносини між різними суб'єктами ринку.

###### *1.2. Класифікація ринків.*

Типи будови ринків. Види ринків за диференціацією продуктів. Ознаки досконалої та недосконалої конкуренції. Монополістична конкуренція. Олігополія. Монополія. Монопсонія.

###### *1.3. Концентрація продавців та покупців на ринку.*

Сутність поняття "ринкова кон'юнктура". Типи та рівні ринкової кон'юнктури. Етапи аналізу та система показників дослідження ринкової кон'юнктури. Інструменти оцінки концентрації продавців та покупців на ринку: індекс концентрації, коефіцієнт відносної концентрації, індекс Херфіндаля-Хіршмана, коефіцієнт варіації ринкових часток, коефіцієнт Джині, індекс Холла-Тайдмана, індекс максимальної частки, індекс зворотніх ринкових часток.

###### *1.4. Державне регулювання діяльності галузевого ринку.*

Сутність поняття "державна галузева політика". Види та типи державної галузевої політики. Інструменти державної галузевої політики. Форми монопольних утворень. Сутність поняття "антимонопольна політика держави". Напрями антимонопольної політики. Антимонопольне законодавство України. Монопольне становище в Україні. Зловживання монопольним становищем.

##### **Тема 2. Підприємство в сучасних ринкових умовах**

###### *2.1. Підприємство як суб'єкт ринку.*

Відмінності між поняттями "підприємство", "фірма", "компанія", "товариство". Концепції створення підприємств. Типологія функціонування підприємств. Цілі підприємств. Сутність та види ефекту масштабу. Вплив науково-технічного прогресу на ефект масштабу підприємства. Сутність

поняття "ринкова влада підприємства". Інструменти оцінки ринкової влади підприємства: коефіцієнт Бейна, коефіцієнт Тоббіна, коефіцієнт Папандреу.

*2.2. Аналіз бар'єрів входу та виходу підприємств на галузеві ринки.*

Сутність понять "бар'єри входу" та "бар'єри виходу" підприємств на галузеві ринки. Причини виникнення бар'єрів входу. Класифікація ринків за висотою бар'єрів входу та виходу. Кореляція між бар'єрами входу та виходу. Нестратегічні бар'єри входу та виходу: технологічні, економічні, інституційні. Стратегічні бар'єри входу та виходу: цінові та нецінові. Показники статистики входу та виходу підприємств на галузеві ринки: норма входу, норма проникнення, коефіцієнт зростання, норма виходу, норма життя.

*2.3. Злиття та поглинання підприємств на галузевих ринках.*

Сутність понять "злиття" та "поглинання". Типи угод щодо придбання підприємств та способи їх здійснення. Класифікація злиттів та поглинань на галузевих ринках. Мотиви інтеграції підприємств. Вертикальна та горизонтальна інтеграції та їх види. Визначення понять "транснаціоналізація виробництва" і "транснаціональна компанія". Позитивні та негативні наслідки транснаціоналізації ринкових відносин.

### **Тема 3. Диференціація продуктів та покупців на галузевих ринках**

*3.1. Феномен диференціації продуктів на ринку.*

Сутність поняття "диференціація продукту". Чинники, що обумовлюють диференціацію та однорідність продукту на ринку. Градація товарних ринків за ступенем диференціації продукту. Вертикальна та горизонтальна диференціація продукту на ринку. Моделі диференціації продукту на ринку. Концепція Brand Equity. Методи оцінки вартості бренду. Основні відмінності між брендами та дженериками.

*3.2. Цінова дискримінація як метод диференціації покупців на ринку.*

Сутність поняття "цінова дискримінація". Необхідні умови проведення цінової дискримінації. Види цінової дискримінації за А. Пігу, Ф. Шерером і Д. Россом. Ступені цінової дискримінації. Оцінка доцільності та ефективності проведення цінової дискримінації. Державне регулювання цін як вид цінової дискримінації.

## **Змістовий модуль 2. Теоретико-методичні особливості застосування основних видів аналізу ринків**

### **Тема 4. Фундаментальний аналіз**

*4.1. Фундаментальний аналіз як метод аналізу причинно-наслідкових зв'язків на ринку.*

Сутність методу фундаментального аналізу, його цілі та завдання. Теорія раціональних очікувань. Теорія ефективного ринку капіталу. Теорія портфеля. Рівні фундаментального аналізу. Класифікація показників фундаментального аналізу за ступенем випередження економічної події.

*4.2. Роль та місце ключових макроекономічних індикаторів у фундаментальному аналізі ринків.*

Макроекономічні індикатори, їх види та реакція ринків на їх значення. Джерела інформації, ступінь впливу, час виходу та реакція ринків на вихід макроекономічних індикаторів. Ключові макроіндикатори в фундаментальному аналізі: валовий внутрішній продукт, платіжний баланс, зовнішній борг, індекс інфляції, індекс цін виробників, індекс промислового виробництва, облікова ставка НБУ, золотовалютні резерви.

*4.3. Вплив міжнародних індексів на динаміку руху ринків.*

Основні характеристики міжнародного індексу. Методи розрахунку міжнародних індексів. Індекс *Dow Jones Industrial Average*, індекс *Standard & Poor's 500*, індекс *Nasdaq Composite* та *Nasdaq-100*, індекс *Fortune 500*, індекси *Russell*.

*4.4. Фундаментальний аналіз на галузевому та регіональному рівнях.*

Життєвий цикл галузі. Ділова активність в галузі. Інвестиційна привабливість галузі. Галузеві ризики. Регіональна промислова політика та показники її оцінки. Аналіз відносних показників на галузевому та регіональному рівнях.

*4.5. Фундаментальний аналіз на мікрорівні.*

Фундаментальний аналіз конкурентного середовища за документами звітності: балансом, звітом про фінансові результати, звітом про рух грошових коштів. Аналіз відносних показників діяльності конкурентів за статистичною звітністю.

## **Тема 5. Технічний аналіз**

### *5.1. Філософія технічного аналізу.*

Визначення поняття "технічний аналіз". Аксиоми технічного аналізу. Основні риси технічного аналізу. Класифікація методів технічного аналізу. Теорія Доу. Лінійні чарти. Гістограми. Хрестики-нулики. Японські свічки. Тіло та тіні японської свічки. Лінії японської свічки.

### *5.2. Класичний технічний аналіз.*

Ціновий тренд, його супротив та підтримка. Лінії тренду та лінії каналу. Класичні фігури технічного аналізу: розворотні фігури та фігури продовження. Числа Фібоначчі в технічному аналізі.

### *5.3. Комп'ютерний технічний аналіз.*

Загальна характеристика методів фільтрації. Ковзні середні та їх особливості. Типи ковзних середніх. Комбінації ковзних середніх. Фільтри на ковзних середніх. Моменти та норми зміни. Індекс відносної сили. Стохастичні лінії. Використання ковзних середніх для створення осциляторів. Метод конвергенції-дивергенції. Накопичення обсягів.

## **Тема 6. Статистичний аналіз**

*6.1. Статистичний аналіз елементарних ознак ринкового середовища.*

Визначення поняття "статистичний аналіз ринку". Цілі та завдання статистичного аналізу ринку. Система показників статистичного аналізу ринку. Інформаційна база статистики ринку товарів та послуг. Особливості реалізації статистичного аналізу в пакеті MS Excel.

*6.2. Кластерний аналіз як метод розпізнання однорідних об'єктів/суб'єктів на ринку.*

Постановка завдання кластерного аналізу. Підготовка даних для кластеризації. Ієрархічний кластерний аналіз. Графічне представлення результатів кластерного аналізу. Визначення числа кластерів. Методи мінімальної дисперсії в кластерному аналізі: метод "далекого сусіда", метод "ближнього сусіда", метод незваженого попарного середнього, метод Уорда. Особливості реалізації кластерного аналізу в пакетах SPSS та Statistica.

*6.3. Факторний аналіз для визначення складних об'єктів ринку.*

Постановка завдання факторного аналізу. Лінійна модель факторного аналізу. Дисперсія, коефіцієнти кореляції ознак та їх складові. Алгоритм вирішення задачі факторного аналізу. Метод головних



компонент. Особливості реалізації факторного аналізу в пакетах SPSS та Statistica.

## **Тема 7. Рейтинговий аналіз**

*7.1. Рейтинговий аналіз як метод ранжування ринкового середовища.*

Сутність та види рейтингових оцінок. Упорядковані рейтинги. Стандартні методи ранжування сукупності об'єктів.

*7.2. Методи побудови узагальнюючих рейтингових показників.*

Етапи конструювання узагальнюючого рейтингового показника. Розподіл локальних показників на стимулятори та дестимулятори. Методи стандартизації локальних показників. Способи визначення рейтингових показників залежно від методів стандартизації: середній ранг, середнє значення з показників ознакової множини, таксономічний показник рівня розвитку, індекс людського розвитку, багатовимірна середня. Стандартні оцінки узагальнюючого рейтингового показника на шкалі бажаності.

*7.3. Кредитні рейтинги в аналізі ринків.*

Сутність поняття "кредитний рейтинг". Міжнародні рейтинги: *Moody's Investors Service (Moody's)*, *Standart & Poor's Credititwire (S&P's)*, *Fitch IBCA*. Шкала кредитних рейтингів міжнародних рейтингових агентств. Національні кредитні рейтинги: Перша фондова торговельна система (ПФТС), Асоціація українських банків, Українська асоціація інвестиційного бізнесу, "Інвестиційна газета" та ін.

## **Тема 8. Експертне оцінювання**

*8.1. Експертні оцінки в ринковому середовищі.*

Сутність методу експертного оцінювання. Види експертних оцінок. Етапи експертного оцінювання. Підбір експертів. Підготування інформаційних матеріалів для експертного оцінювання. Критерії вибору та характеристика показників експертного оцінювання.

*8.2. Методи колективного експертного оцінювання.*

Методика поетапної генерації ідей (поетапний метод "мозкового штурму"), метод "365", метод Делфі, метод "комісій", метод морфологічного аналізу. Встановлення узгодженості думок експертів: варіаційний розмах, середнє лінійне відхилення, дисперсія, коефіцієнт рангової кореляції Спірмена, коефіцієнт конкордації Кенделла.

8.3. Когнітивний аналіз слабоструктурованого ринкового середовища.

Сутність поняття "когнітивна карта". Методичний підхід до побудови й аналізу когнітивних карт. Практичне застосування когнітивних карт при аналізі ринкового середовища. Математика когнітивних моделей: м'які математичні моделі, моделі сумованої взаємодії факторів, моделі нелінійної взаємодії факторів.

## 4. Структура навчальної дисципліни

Структура навчальної дисципліни складається з двох змістових модулів, кожен з яких об'єднує у собі відносно окремий самостійний блок, який логічно пов'язує кілька навчальних елементів за змістом та взаємозв'язками. Вивчення студентом навчальної дисципліни "Аналіз ринків" відбувається шляхом послідовного і ґрунтовного опрацювання цих модулів.

Навчальний процес згідно з робочою програмою навчальної дисципліни "Аналіз ринків" здійснюється у таких формах: лекційні, практичні та семінарські заняття; самостійна робота студентів; поточні та підсумкові контрольні запитання.

Структура навчальної дисципліни наведено в табл. 4.1.

Таблиця 4.1

### Структура навчальної дисципліни

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин			
	денна форма			
	усього	у тому числі		
		лекційні	практичні / семінарські	Самостійна робота
1	2	3	4	5
<b>Змістовий модуль 1. Теоретико-методичні особливості функціонування та розвитку галузевих ринків</b>				
Тема 1. Основні характеристики галузевих ринків	20	4	4	12
Тема 2. Підприємство в сучасних ринкових умовах	10	2	2	6

1	2	3	4	5
Тема 3. Диференціація продуктів та покупців на галузевих ринках	22	4	4	14
Разом за змістовим модулем 1	52	10	10	32
<b>Змістовий модуль 2. Теоретико-методичні особливості застосування основних видів аналізу ринків</b>				
Тема 4. Фундаментальний аналіз	20	4	4	12
Тема 5. Технічний аналіз	20	4	4	12
Тема 6. Статистичний аналіз	20	4	4	12
Тема 7. Рейтинговий аналіз	10	2	2	6
Тема 8. Експертне оцінювання	22	4	4	14
Разом за змістовим модулем 2	92	18	18	56
<b>Усього годин</b>	144	28	28	88

## 5. Теми семінарських занять

**Семінарське заняття** – форма навчального заняття, спрямована на закріплення студентом теоретичних знань, отриманих як на лекційних заняттях, так і в процесі самостійного вивчення матеріалу. За цієї форми навчання викладач організовує дискусію навколо попередньо визначених тем, а студенти готують тези доповідей за визначеними темами та активно їх обговорюють в процесі аудиторної роботи.

Семінарське заняття відбувається в активній формі, із залученням кожного із студентів до дискусії з проблемних питань. У ході семінарського заняття доповідач презентує доповідь із залученням програмного забезпечення *MS Power Point*, а наприкінці доповіді задає аудиторії три запитання (стереотипне, діагностичне, евристичне) на розуміння та осмислення представленого матеріалу. Слухачі, у свою чергу, за результатами доповіді готують також три запитання (стереотипне, діагностичне та евристичне) та задають їх аудиторії та доповідачу. В разі необхідності викладач роз'яснює проблемні моменти, які виявлені аудиторією. Плани семінарських занять наведено в табл. 5.1.

## Плани семінарських занять

Назва теми	Програмні запитання	Кількість годин	Література
<b>Змістовий модуль 1. Теоретико-методичні особливості функціонування та розвитку галузевих ринків</b>			
Тема 1. Основні характеристики структури ринку	Тема семінарського заняття: <i>"Особливості функціонування підприємств за різних видів ринкових структур"</i> 1. Характерні ознаки чистої конкуренції. 2. Функціонування підприємств в умовах монополістичної конкуренції. 3. Відмінні ознаки олігополії. 4. Необхідність впровадження та обмеження чистої монополії. 5. Особливі риси монополії	2	Основна: [2; 5]. Додаткова: [15; 11; 19]
Тема 3. Диференціація продуктів та покупців на галузевих ринках	Тема семінарського заняття: <i>"Місце та роль брендів на ринках"</i> 1. Концепція <i>Brand Equity</i> . 2. Історія виникнення та еволюції найбільш дорогих світових брендів. 3. Історія успіху національних брендів	2	Основна: [2; 5]. Додаткова: [19 – 22]
<b>Усього годин</b>		4	

## 6. Теми практичних занять

**Практичне заняття** – форма навчального заняття, спрямована на формування вмінь та практичних навичок виконання певних видів прикладної роботи, а саме розрахунку економічних показників та обґрунтування висновків щодо напрямів підвищення ефективності діяльності підприємства. Під час проведення практичного заняття викладач організовує детальний розгляд окремих теоретичних положень навчальної дисципліни і формує вміння та навички їх практичного застосування шляхом індивідуального/колективного виконання студентом сформульованих завдань.

У процесі проведення практичного заняття за даною навчальною дисципліною студенти самостійно або у малих групах вирішують запропоновані викладачем завдання різного рівня складності. Наприкінці заняття з метою виявлення ступеня засвоєння матеріалу викладачем проводиться перевірка роботи студентів за принципом "відкритого зошита" та підведення підсумків і виставлення відповідних балів залежно від результатів роботи.

План проведення практичних занять наведено у табл. 6.1.

Таблиця 6.1

### Перелік тем практичних занять

Назва змістового модуля	Теми практичних занять (за модулями)	Кількість годин	Література
1	2	3	4
<i>Змістовий модуль 1.</i> Теоретико-методичні особливості функціонування та розвитку галузевих ринків	<i>Завдання 1.</i> Модерація на тему "Компетентності економістів з аналізу ринків"	1	Основна: [2; 5]. Додаткова: [11; 15; 19]
	<i>Завдання 2.</i> Розрахунок місткості галузевого ринку та частки ринку підприємства	1	Основна: [2; 5]. Додаткова: [11; 15; 19]
	<i>Завдання 3.</i> Розрахунок показників концентрації продавців та покупців на галузевих ринках	2	Основна: [2; 5]. Додаткова: [11; 15; 19]
	<i>Колоквіум за Змістовим модулем 1.</i> Теоретико-методичні особливості функціонування та розвитку галузевих ринків	2	Основна: [2, 5]. Додаткова: [10; 11; 15; 19]
<b>Усього за змістовим модулем 1</b>		<b>6</b>	
<i>Змістовий модуль 2.</i> Теоретико-методичні особливості застосування основних видів аналізу ринків	<i>Завдання 4.</i> Вирішення практичних завдань щодо аналізу впливу макро-економічних індикаторів на ринку	1	Основна: [7]. Додаткова: [14; 18; 20; 21]

## Закінчення табл. 6.1

1	2	3	4
	<i>Завдання 5.</i> Вирішення практичних завдань щодо побудови та аналізу балансу попиту та пропозиції на галузевому ринку	1	Основна: [7]. Додаткова: [14; 18; 20; 24]
	<i>Завдання 6.</i> Вирішення практичних завдань щодо аналізу мікросередовища (ефективності діяльності підприємств-конкурентів)	2	Основна: [7]. Додаткова: [14; 18; 24; 26]
	<i>Завдання 7.</i> Вирішення практичних завдань щодо побудови графіків руху ціни на ринку	2	Основна: [1; 6]. Додаткова: [17; 20; 24]
	<i>Завдання 8.</i> Вирішення практичних завдань щодо визначення цінових трендів та визначення напрямів майбутнього руху цін на ринку	2	Основна: [1; 6]. Додаткова: [17; 20; 24]
	<i>Завдання 9.</i> Вирішення практичних завдань щодо проведення елементарного статистичного аналізу ринкового середовища	2	Основна: [3; 4]. Додаткова: [8, 12, 20, 24]
	<i>Завдання 10.</i> Вирішення практичних завдань щодо проведення кластерного та факторного аналізів ринкового середовища	2	Основна: [3; 4]. Додаткова: [8; 12; 20; 24]
	<i>Завдання 11.</i> Вирішення практичних завдань щодо побудови рейтингу ефективності діяльності конкурентів на ринку	2	Основна: [3; 4]. Додаткова: [12; 13; 20; 24]
	<i>Завдання 12.</i> Вирішення практичних завдань щодо побудови та аналізу когнітивної карти слабоструктурованого ринкового середовища	2	Основна: [4; 15]. Додаткова: [23]
	<i>Колоквіум за Змістовим модулем 2.</i> Теоритико-методичні особливості застосування основних видів аналізу ринків	2	Основна: [4 – 7]. Додаткова: [18 – 24]
<b>Усього за змістовим модулем 2</b>		<b>18</b>	
<b>Разом годин за змістовими модулями</b>		<b>24</b>	

## 6.1. Приклади типових практичних завдань за темами

### Змістовий модуль 1.

#### Теоретико-методичні особливості функціонування та розвитку галузевих ринків

##### Тема 1. Основні характеристики галузевих ринків

**Завдання 1 (ПК.1.С.01).** ТОВ "Журавлинка" виготовляє фруктові та овочеві соки. У минулому році обсяг реалізації підприємства становив 250 млн декалітрів, а місткість ринку склала 4 000 млн декалітрів. У звітному році ТОВ "Журавлинка" має намір збільшити обсяг реалізації на 10 %, тоді як місткість ринку зросте лише на 5 %. Визначити, як зміниться частка ринку аналізованого підприємства.

##### *Розв'язання.*

1. Визначається частка ринку (ЧР) підприємства у минулому році за формулою:

$$\text{ЧР} = \frac{\text{Обсяг реалізації підприємства}}{\text{Місткість ринку}} \times 100 \% ,$$

$$\text{ЧР}_{t-1} = \frac{250}{4000} \times 100 \% = 6,25 \%.$$

2. Розраховується обсяг реалізації підприємства та місткість ринку у звітному періоді:

$$\text{Обсяг реалізації}_t = 250 \times \frac{100 \% + 10 \%}{100 \%} = 275 \text{ декалітрів.}$$

$$\text{Місткість ринку}_t = 4\,000 \times \frac{100 \% + 5 \%}{100 \%} = 4\,200 \text{ декалітрів.}$$

3. Обчислюється частка ринку підприємства у звітному періоді:

$$\text{ЧР}_t = \frac{275}{4\,200} \times 100 \% = 6,55 \%.$$

4. Визначається зміна частки ринку підприємства у звітному періоді:

$$\Delta \text{ЧР} = \text{ЧР}_t - \text{ЧР}_{t-1} = 6,55 \% - 6,25 \% = 0,3 \%$$

*Відповідь:* у звітному році ТОВ "Журавлинка" має намір досягти 6,55 % частки ринку, що на 0,3 % більше ніж у минулому році.

**Завдання 2 (ПК.1.Д.01).** На ринку ялинкових іграшок діють 5 гравців, дані щодо обсягів реалізації яких наведено у табл. 6.2.

Таблиця 6.2

### Обсяги реалізації ялинкових іграшок підприємствами-конкурентами

Показник	Конку- рент 1	Конку- рент 2	Конку- рент 3	Конку- рент 4	Конку- рент 5
Обсяг реалізації, млн грн	3 500	2 000	2 500	1 000	1 500

Розрахувати концентрацію продавців на ринку за індексом Херфіндаля-Хіршмана. Зробити висновки про ступінь монополізації ринку за національним законодавством.

### *Розв'язання.*

1. Початковим етапом розв'язання цього завдання є визначення часток ринку для кожного з конкурентів. Загальна місткість ринку є сумою обсягів реалізації всіх конкурентів та дорівнює:

$$\text{Місткість ринку} = 3\,500 + 2\,000 + 2\,500 + 1\,000 + 1\,500 = 10\,500 \text{ млн грн.}$$

Результати розрахунку структури ринку наведено у табл. 6.3.

Таблиця 6.3

### Структура ринку

Показник	Конку- рент 1	Конку- рент 2	Конку- рент 3	Конку- рент 4	Конку- рент 5	Місткість ринку
Частка ринку, %	33,3	19,0	23,8	9,5	14,3	100



2. Наступним кроком розраховується індекс Херфіндаля-Хіршмана (ННІ) за формулою:

$$ННІ = \sum_{i=1}^n q_i^2,$$

де  $q_i$  – частка на ринку  $i$ -го підприємства.

Індекс Херфіндаля-Хіршмана для ринку ялинкових прикрас дорівнюватиме:

$$ННІ = 33,3^2 + 19,0^2 + 23,8^2 + 9,5^2 + 14,3^2 = 2\,331.$$

3. Ступінь концентрації продавців на ринку визначається виходячи з наступних діапазонів:

$0 \leq ННІ < 1\,000$  – ринок є низькоконцентрованим,

$1\,000 \leq ННІ < 2\,000$  – має місце помірна концентрація,

$2\,000 \leq ННІ \leq 10\,000$  – ринок є висококонцентрованим.

ННІ для ринку ялинкових іграшок дорівнює 2 331, тобто ринок є висококонцентрованим.

*Висновок.* Ринок ялинкових іграшок представлений 5-ма конкурентами. Значення індексу Херфіндаля-Хіршмана дорівнює 2 331, тобто ринок є висококонцентрованим. Щодо ступеня монополізації згідно з національним законодавством, то ринок є високомонополізованим оскільки частка ринку одного підприємства перевищує 30 % (конкурент 1 – 33,3 %), частка двох підприємств становить 57,1 % (конкурент 1 + конкурент 3), що перевищує 50 %, та частка трьох підприємств дорівнює 76,2 % (конкурент 1 + конкурент 3 + конкурент 2) та перевищує 70 %.

## Тема 2. Підприємство в сучасних ринкових умовах

**Завдання 3 (ПК.1.Е.01).** ПрАТ "Шантар" займається виготовленням керамічної плитки. Дані щодо результатів діяльності підприємства наведені у табл. 6.4.

Таблиця 6.4

### Результати діяльності ПрАТ "Шантар"

Показник	Значення
Обсяг реалізації продукції, тис. кв. м	3 000
Середня ринкова ціна продукції, грн /кв. м	105
Змінні витрати на виробництво продукції, тис. грн	125 000
Вартість необоротних активів підприємства, тис. грн	1 350 000
Рентабельність необоротних активів, %	2,5
Середня норма амортизації підприємства, %	8

*Рівень 1.* Розрахувати граничні витрати підприємства на виробництво продукції.

*Рівень 2.* Визначити ступінь ринкової влади підприємства на ринку за індексом Лернера та еластичність його товарів за ціною. Зробити висновки.

*Рівень 3.* Як зміниться обсяг реалізації продукції підприємства, якщо ціна зросте на 5 %? Зробити висновки щодо доцільності здорожчення продукції підприємства.

### *Розв'язання.*

1. Розрахунок граничних витрат підприємства на виробництво продукції за наступною формулою:

$$\begin{aligned} \text{Граничні витрати} &= \text{Середні змінні витрати} + \text{Середні постійні витрати} = \\ &= \frac{\text{Змінні витрати} + \text{Необоротні активи} \times \text{Середня норма амортизації}}{\text{Обсяг реалізації}} \end{aligned}$$

$$\text{Граничні витрати} = \frac{125\,000}{3\,000} + \frac{1\,350\,000 \times 0,08}{3\,000} = 77,67 \text{ грн.}$$

2. Визначається індекс Лернера (L) за формулою:

$$L = \frac{\text{Ціна} - \text{Граничні витрати}}{\text{Ціна}} = \frac{105 - 77,67}{105} = 0,260.$$

Індекс Лернера приймає значення від 0 до 1. Чим більше його значення, тим більша ринкова влада підприємства на ринку. В умовах досконалої конкуренції ціна дорівнює граничним витратам, а індекс Лернера дорівнює 0.

Для аналізованого підприємства цей показник сягає 0,26, що може інтерпретуватися як помірно низький рівень ринкової влади цього підприємства на інших суб'єктів ринку.

Еластичність товарів за ціною знаходиться у зворотній залежності від індексу Лернера, тобто

$$L = -1/E_d,$$

де  $E_d$  – еластичність попиту на продукції підприємства за ціною.

Тоді для аналізованого підприємства еластичність попиту за ціною становитиме:

$$E_d = -\frac{1}{0.26} = -3.85.$$

Тобто при зростанні ціни на 1 % обсяг реалізації підприємства скоротиться на -3,85 %.

3. Для визначення впливу зміни обсягів реалізації підприємства на зміну ціни застосовується наступна формула:

$$E_d = \frac{\Delta Q/Q}{\Delta P/P},$$

де Q – обсяг реалізації підприємства,

P – середня ринкова ціна продукції підприємства.

Виходячи з цієї формули отримуємо рівняння:

$$-3,85 = \frac{x}{5} \rightarrow x = -3,85 \times 5 \% = -19,25 \%$$

Отже, здорожчання продукції підприємства на 5 % призведе до скорочення обсягів реалізації на 19,25 %. За таких умов новий обсяг реалізації становитиме:

$$Q = 3\,000 \times \frac{100-19.25}{100} = 2\,422,5 \text{ тис. кв. м.}$$

*Висновок.* Граничні витрати ПрАТ "Шантар" на виготовлення керамічної плитки складають 77,67 грн/кв.м. За таких умов і зважаючи на середній рівень ринкової ціни у 105 грн/кв.м підприємство має низький рівень ринкової влади (індекс Лернера становить 0,260) та не може впливати на кон'юнктурні процеси цього ринку. Водночас продукція підприємства є еластичною за ціною, значення якої складає -3,85. Отже, підвищення ціни на продукцію підприємства на 5 % призведе до скорочення обсягів реалізації на 19,25 %.

## Змістовий модуль 2.

### Теоретико-методичні особливості застосування основних видів аналізу ринків

#### Тема 4. Фундаментальний аналіз

**Завдання 1 (ПК.2.С.01).** Ринок моторного палива в Україні представлений паливом внутрішнього виробництва та імпорту (табл. 6.5).

Таблиця 6.5

#### Напрями постачань моторного палива на ринок України в 2007 – 2013 рр.

Стаття балансу	Рік			
	2007	2011	2012	2013
Виробництво моторного палива	8,3	5,5	3,0	2,5
Імпорт моторного палива	3,4	5,8	6,8	6,0
Експорт моторного палива	0,8	1,7	0,5	0,3
Зміна залишків моторного палива	+0,4	-0,3	-0,2	+0,3

Розрахувати баланс ринку моторного палива в Україні. Зробити висновки щодо джерел покриття національних потреб.

#### *Розв'язання.*

1. Баланс ринку (місткість ринку) може бути розрахований за формулою:

$$\text{Баланс} = \text{Виробництво} + \text{Імпорт} - \text{Експорт} \pm \text{Зміна залишків.}$$

Виходячи із даних табл. 6.5 баланс ринку моторного палива дорівнюватиме:

$$\text{Баланс}_{2007} = 8,3 + 3,4 - 0,8 + 0,4 = 11,3 \text{ млн т.}$$

$$\text{Баланс}_{2011} = 5,5 + 5,8 - 1,7 - 0,3 = 9,3 \text{ млн т.}$$

$$\text{Баланс}_{2012} = 3,0 + 6,8 - 0,5 - 0,2 = 9,1 \text{ млн т.}$$

$$\text{Баланс}_{2013} = 2,5 + 6,0 - 0,3 + 0,3 = 8,5 \text{ млн т.}$$

2. Джерелами покриття національних потреб моторного палива можуть виступати продукти власного виробництва або ж імпортні, тому

доцільно розрахувати питому вагу власного виробництва та імпорту в загальній місткості ринку. Результати розрахунку наведено у табл. 6.6.

Таблиця 6.6

### Структура покриття національних потреб у моторному паливі

Показник	Рік			
	2007	2011	2012	2013
Питома вага власного виробництва на ринку, %	73,5	59,1	33,0	29,4
Питома вага нетто-імпорту на ринку, %	23,0	44,1	69,2	67,1

*Висновок.* У 2007 – 2013 рр. має місце стала тенденція до скорочення місткості ринку моторного палива: з 11,3 млн т у 2007 р. до 8,5 млн т у 2013 р. Основними причинами цьому можна назвати зниження економічної активності в країні та дизелізацію транспортного парку країни. Разом з цим відбувається переорієнтація українського ринку із внутрішніх джерел покриття національних потреб на імпортні. Так, питома вага нетто-імпорту моторного палива зросла з 23,0 % у 2007 р. до 67,1 % у 2013 р., тоді як питома вага власного виробництва скоротилася з 73,5 % у 2007 р. до 29,4 % у 2013 р.

*Завдання 2 (ПК.2.Д.02).* У табл. 6.7 представлена динаміка обсягів виробництва та споживання моторного палива (бензин і дизельне паливо) в Україні у 2007 – 2013 рр.

Таблиця 6.7

### Динаміка ринку моторного палива в Україні у 2006 – 2013 рр., тис. т

Показник	Рік							
	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Виробництво	8 196	8 256	6 434	6 828	6 438	5 473	2 985	2 485
Споживання	10 008	10 847	11 257	9 986	10 300	10 509	10 551	10 187

За допомогою засобів програмного забезпечення MS Excel збудувати діаграму ланцюгових темпів зростання обсягів виробництва та

споживання бензину. Розрахувати середні темпи зростання за виробництвом та споживання. Зробити висновки.

*Розв'язання.*

1. На основі даних табл. 6.7 розраховуються ланцюгові темпи зростання за формулою:

$$TЗ = \frac{X_t}{X_{t-1}} \times 100 \%,$$

де TЗ – темп зростання, %;

$X_t$  – аналізований показник у звітному періоді;

$X_{t-1}$  – аналізований показник у періоді, що передує звітному.

Наприклад, ланцюговий темп зростання обсягів виробництва моторного палива в Україні у 2013 р. може бути визначений наступним чином:

$$TЗ_{2013/2012} = \frac{2\,485}{2\,985} \times 100 \% = 83,3 \%$$

Дані щодо результатів розрахунку ланцюгових темпів зростання наведено у табл. 6.8.

Таблиця 6.8

**Динаміка темпів зростання виробництва та споживання моторного палива в Україні в 2007 – 2013 рр.**

Показник	Рік							
	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Виробництво	–	101,5	77,9	106,1	94,3	85,0	54,5	83,3
Споживання	–	108,8	103,4	88,7	103,1	102,0	100,4	97,2

2. Для побудови діаграми темпів зростання використано програмне забезпечення MS Excel. З-поміж різних видів діаграм обрано стовпчикову гістограму з групуванням, оскільки саме вона дозволяє найбільш наглядно відобразити динаміку темпів зростання цього ринку.

Особливістю побудови даного графіку є те, що вісь абсцис доцільно провести через відмітку 100 % на осі ординат, що сприятиме чіткішій візуалізації періодів спаду та підйому ринку.

На рис 6.1 подано збудовану гістограму динаміки ринку моторного палива в Україні за темпами зростання.

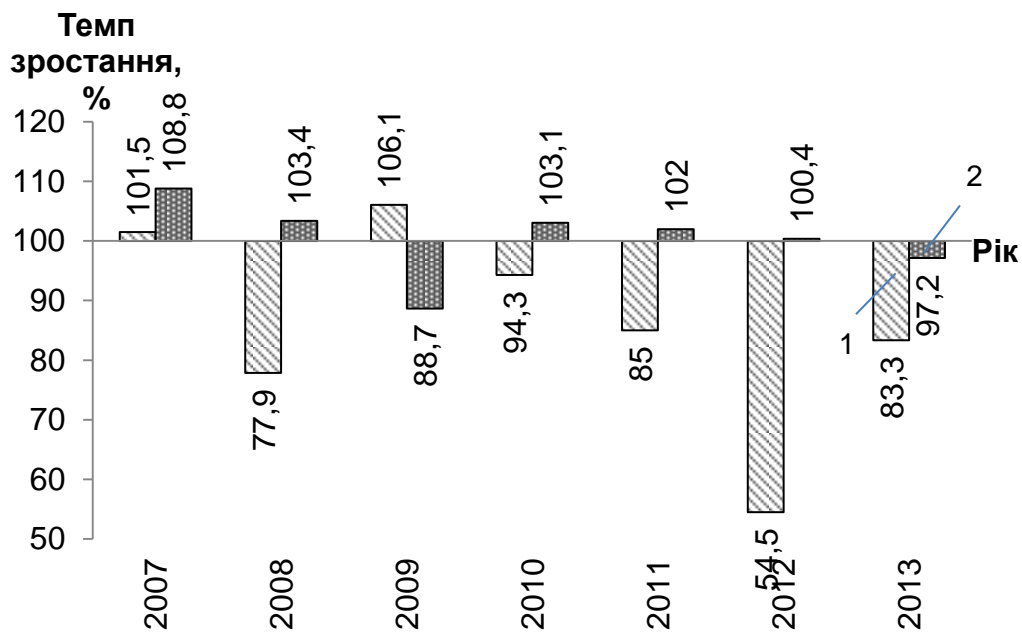


Рис. 6.1. Динаміка темпів зростання виробництва (1) та споживання (2) моторного палива в Україні в 2007 – 2013 рр.

3. Середній темп зростання можна визначити за формулою:

$$TЗ = \sqrt[n-1]{TЗ_{2/1} \times TЗ_{3/2} \dots \times TЗ_{n \ n-1}}.$$

Відтак, середній темп зростання за виробництвом моторного палива дорівнюватиме:

$$TЗ_{\text{вир}} = \sqrt[7]{101,5 \times 77,9 \times 106,1 \times 94,3 \times 85,0 \times 54,5 \times 83,3} = 84,4 \ \%.$$

Середній темп зростання за споживанням моторного палива:

$$TЗ_{\text{сп}} = \sqrt[7]{108,8 \times 103,4 \times 88,7 \times 103,1 \times 102,0 \times 100,4 \times 97,2} = 100,3 \ \%.$$

**Висновок.** Місткість національного ринку моторного палива у 2007 – 2012 рр. постійно збільшувалася. Так, відзначалася тенденція до зростання потреб України в моторному паливі, в середньому на 0,3 % за рік. Виключенням є лише 2009 р. і 2013 р., коли через економічний спад у національному господарстві попит на цю продукцію нафтопереробки скоротився на 11,3 % і 2,8 % відповідно. Виробництво моторного палива

мало протилежну тенденцію до скорочення. Середньорічний індекс зниження виробництва становив 15,6 %.

Також можна констатувати наявну дивергенцію між внутрішнім попитом на моторне паливо в Україні та його виробництвом. Отже, українська економіка переорієнтується із джерел внутрішнього забезпечення потреб в моторному паливі на імпорتنі.

## Тема 5. Технічний аналіз

**Завдання 3 (ПК.2.Д.03).** У табл. 6.9 представлена динаміка спотових цін на нафту марки Brent.

Таблиця 6.9

### Динаміка середньорічних спотових цін на сиру нафту марки Brent

Дата	Ціна, USD за 1 bbl	Дата	Ціна, USD за 1 bbl	Дата	Ціна, USD за 1 bbl	Дата	Ціна, USD за 1 bbl
27.04.2015 р.	64,87	12.05.2015 р.	67,38	27.05.2015 р.	62,12	11.06.2015 р.	65,73
28.04.2015 р.	64,98	13.05.2015 р.	67,99	28.05.2015 р.	62,66	12.06.2015 р.	64,53
29.04.2015 р.	65,76	14.05.2015 р.	66,7	29.05.2015 р.	65,29	15.06.2015 р.	63,95
30.04.2015 р.	66,57	15.05.2015 р.	66,62	01.06.2015 р.	65,1	16.06.2015 р.	63,78
01.05.2015 р.	66,03	18.05.2015 р.	66,27	02.06.2015 р.	66,33	17.06.2015 р.	63,83
04.05.2015 р.	67,16	19.05.2015 р.	64,22	03.06.2015 р.	64,59	18.06.2015 р.	64,48
05.05.2015 р.	68,3	20.05.2015 р.	64,82	04.06.2015 р.	64,27	19.06.2015 р.	63,33
06.05.2015 р.	67,8	21.05.2015 р.	66,79	05.06.2015 р.	63,99	22.06.2015 р.	63,39
07.05.2015 р.	66,33	22.05.2015 р.	65,46	08.06.2015 р.	63,17	23.06.2015 р.	64,35
08.05.2015 р.	65,5	25.05.2015 р.	65,9	09.06.2015 р.	65,29	24.06.2015 р.	63,55
11.05.2015 р.	65,61	26.05.2015 р.	63,81	10.06.2015 р.	65,82	25.06.2015 р.	63,04

Збудувати лінійний графік руху ціни та визначити часові інтервали, за яких спостерігалися зростаючий, спадаючий та горизонтальний види трендів. Встановити лінії опору та підтримки.



## Розв'язання.

1. Першочергово збудуємо лінійний графік руху ціни за допомогою програмного забезпечення MS Excel (рис. 6.2).

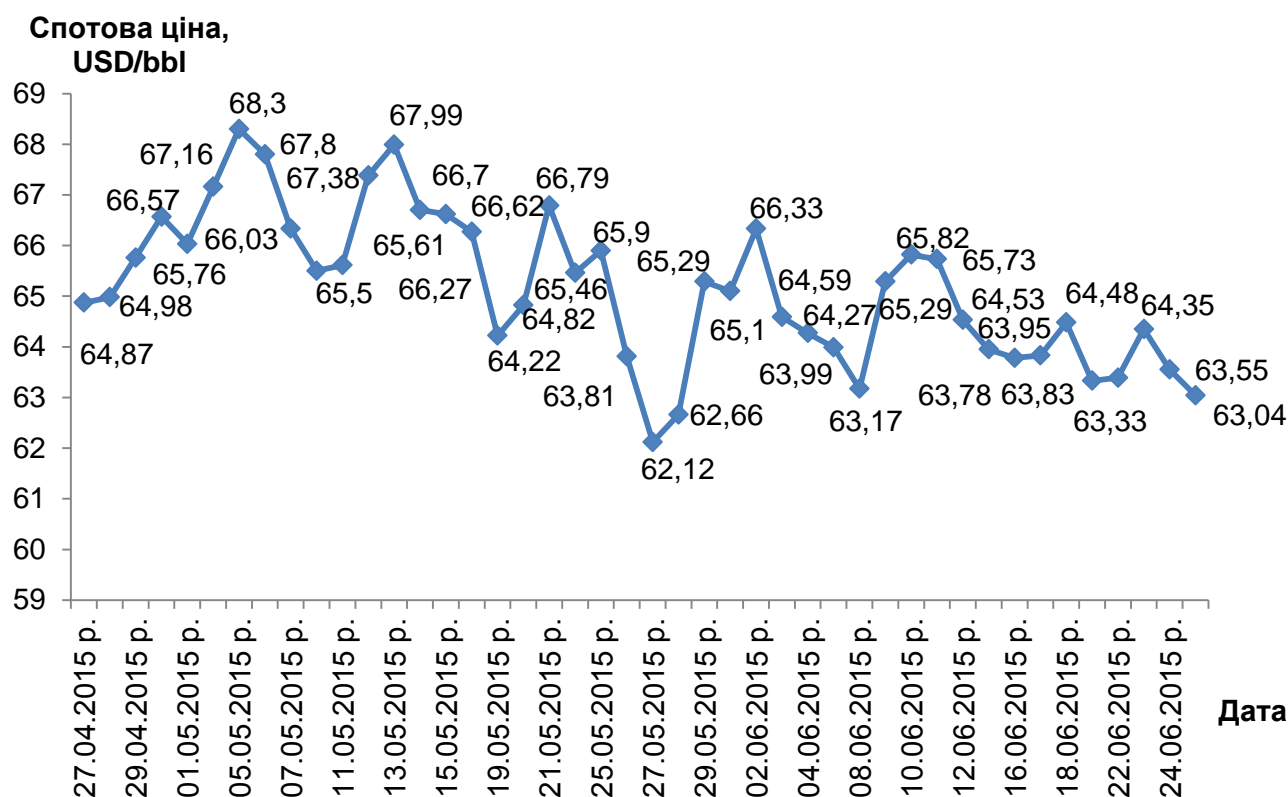


Рис. 6.2. Динаміка спотових цін на нафту марки Brent

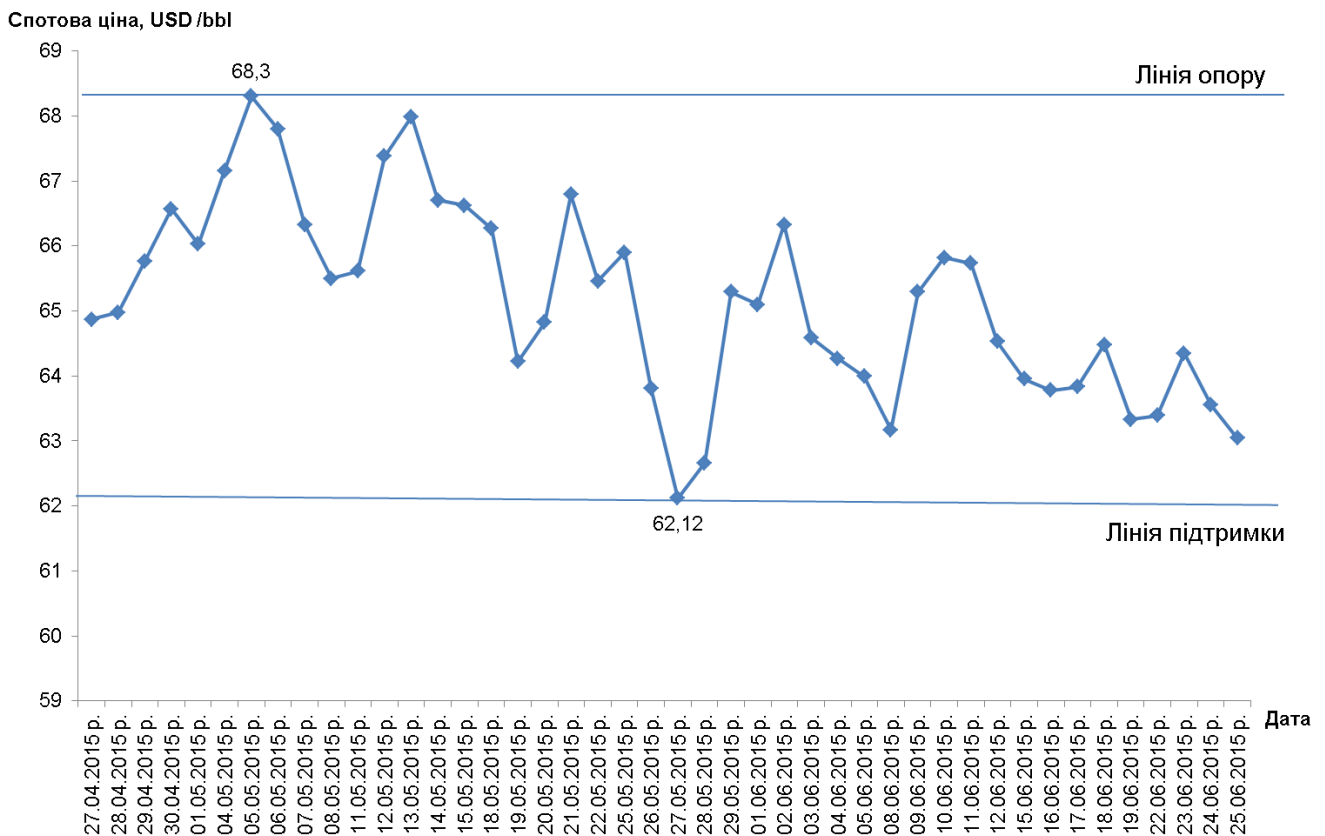
2. Наступним кроком є визначення видів трендів, які мали місце у різні часові інтервали. Тренди бувають трьох видів:

1) "бичачий" (зростаючий) тренд характеризується тим, що кожний наступний підйом і спад на ціновому графіку вище попередніх. Лінія, що обмежує такий тренд знизу називається лінією тренда;

2) "ведмежий" (спадний) тренд виникає тоді, коли наступні піки і спади нижче попередніх. Лінія тренда обмежує ціновий графік зверху;

3) боковий або горизонтальний тренд характеризується відсутністю яскраво вираженої зростаючої або спадної тенденції руху цін на ринку. При боковому тренді ціни коливаються в горизонтальному діапазоні, близько свого середнього значення.

На рис. 6.3 відображено лінії тренду на графіку руху спотової ціни нафти марки Brent.



**Рис. 6.3. Тренди на графіку руху ціни нафти марки Brent**

Отже, на ринку нафти зростаючий тренд мав місце за таких часових інтервалів:

1) з 27.04.2015 р. по 07.05.2015 р. – за цей період спотова ціна нафти марки Brent зросла з 64,87 дол. США/бар. до 67,80 дол. США/бар. або ж на 4,5 %;

2) з 27.05.2015 р. по 02.06.2015 р. – зафіксовано зростання спотових ціни з 62,12 дол. США/бар. до 66,33 дол. США/бар. або ж на 6,8 %.

На окремих проміжках часу мав місце медвежий (спадний) тренд:

1) з 15.05.2015 р. по 27.05.2015 р. відбулося падіння спотової ціни нафти марки Brent з 67,99 дол. США/бар. до 62,12 дол. США/бар. або ж на 8,6 %;

2) з 10.06.2015 р. по 18.06.2015 р. спостерігалось зниження спотової ціни нафти марки Brent з 65,82 дол. США/бар. до 63,33 дол. США/бар. або ж на 3,8 %.

Бокових (горизонтальних) трендів на цьому часовому інтервалі не виявлено.

Однак, наявність декількох "бичачих" та "ведмежих" трендів за доволі короткий період часу свідчить про значну волатильність ринку та його нестабільність.

4. Рівні підтримки й опору – це значення цін, які через певні причини служать своєрідними рівнями для цінового графіка, наближаючись до яких ймовірність відхилень від значень цін на цих рівнях підвищується. На цьому часовому інтервалі лінію супротиву можна провести через значення спотової ціни нафти марки Brent у 68,30 дол. США/бар., тоді як рівень підтримки проходить через ціну 62,12 дол. США/бар.

## Тема 6. Статистичний аналіз

**Завдання 3 (ПК.2.Е.01).** У табл. 6.10 представлені дані, що визначали обсяги споживання автомобільного бензину за регіонами України.

Таблиця 6.10

### Диференціація регіонів за факторами, що визначають обсяги споживання автомобільного бензину

Регіон	Споживання бензину	Чисельність населення	Кількість легкових автомобілів	Доходи населення
	тис. т	тис. осіб	тис. од.	млн грн
АРК	211 184	1 956	290	39 393
Вінницька	141 999	1 639	188	33 602
Волинська	81 825	1 034	115	19 137
Дніпропетровська	373 642	3 343	500	88 922
Донецька	328 289	4 437	583	118 223
Житомирська	106 329	1 283	166	26 124
Закарпатська	131 352	1 243	176	20 841
Запорізька	205 957	1 806	299	45 779
Івано-Франківська	102 271	1 378	140	26 504
Київська	301 135	1 714	378	42 732
Кіровоградська	93 416	1 008	122	20 213
Луганська	158 030	2 297	310	51 338
Львівська	237 485	2 529	270	54 338
Миколаївська	109 792	1 186	151	26 034
Одеська	293 920	2 379	351	52 924
Полтавська	151 592	1 486	215	34 462
Рівненська	71 746	1 151	105	22 362
Сумська	90 506	1 165	132	24 918
Тернопільська	76 927	1 083	130	19 587
Харківська	234 625	2 747	384	67 102
Херсонська	120 491	1 089	149	20 978
Хмельницька	114 200	1 327	148	26 987
Черкаська	141 927	1 287	184	26 194
Чернівецька	91 268	901	101	16 114
Чернігівська	74 829	1 095	110	23 179
м. Київ	550 406	2 751	709	113 903
м. Севастополь	37 600	379	67	8 785
Україна	4 632 743	45 690	6 471	1 070 675

1. Визначити регіональну структуру споживання бензину в Україні.
2. Провести кластеризацію регіонів за показниками: питомих споживання бензину на одне авто, моторизація населення, доходи на душу населення. Зробити висновки.

*Розв'язання.*

1. Структура споживання бензину за регіонами України визначається як обсяг споживання в окремому регіоні до загального обсягу споживання в Україні та представлена у табл. 6.11.

Таблиця 6.11

**Регіональна структура споживання автомобільного бензину в Україні**

Регіон	Споживання бензину	
	тис. т	%
Вінницька	141999	3,1
Волинська	81825	1,8
Дніпропетровська	373 642	8,1
Донецька	328289	7,1
Житомирська	106329	2,3
Закарпатська	131352	2,8
Запорізька	205957	4,4
Івано-Франківська	102271	2,2
Київська	301135	6,5
Кіровоградська	93416	2,0
Луганська	158030	3,4
Львівська	237485	5,1
Миколаївська	109792	2,4
Одеська	293920	6,3
Полтавська	151592	3,3
Рівненська	71746	1,5
Сумська	90506	2,0
Тернопільська	76927	1,7
Харківська	234625	5,1
Херсонська	120491	2,6
Хмельницька	114200	2,5
Черкаська	141927	3,1
Чернівецька	91268	2,0
Чернігівська	74829	1,6
м. Київ	550406	11,9
Україна	4632743	100,0

*Висновок 1.* Регіональним лідером із споживання бензину є м. Київ, на який у 2010 р. доводилося 11,9 % від загальнонаціонального споживання цього виду моторного палива. Високу питому вагу займають й інші

економічно активні регіони України, а саме: Дніпропетровська – 8,1 %, Донецька – 7,1 %, Київська – 6,5 %, Одеська – 6,3 %, Львівська – 5,1 %, Харківська – 5,1 % області, які разом з лідером займають 50,1 % від загальнонаціонального споживання.

2. Проведемо кластеризацію регіонів із споживання автомобільного бензину. Місткість регіонального ринку споживання бензину визначається доходами на душу населення, забезпеченістю його транспортними засобами (моторизація населення) та питомою витратою бензину на одиницю легкових автомобілів. У табл. 6.12 представлено розрахунок цих чинників за формулами:

а) Питомі витрати автомобільного бензину на одне легкове авто:

$$\text{Питомі витрати}_{\text{бензин}} = \frac{\text{Обсяг споживання бензину}}{\text{Кількість легкових автомобілів у приватній власності}} = 1 \frac{\text{т}}{\text{од. авто}} ;$$

б) моторизація населення:

$$\begin{aligned} \text{Моторизація населення} &= \frac{\text{Кількість легкових автомобілів у приватній власності}}{\text{Чисельність населення}} \times 1000 = \\ &= 1 \frac{\text{од. авто}}{\text{тис. осіб}} ; \end{aligned}$$

в) дохід на душу населення:

$$\text{Дохід на душу населення} = \frac{\text{Загальні доходи населення}}{\text{Чисельність населення}} = \left[ 1 \frac{\text{тис.грн}}{\text{особу}} \right].$$

Таблиця 6.12

**Чинники , що визначають диференціацію регіонів України за рівнем споживання автомобільного бензину**

Регіон	Питомі витрати бензину на авто, т/од. авто	Моторизація населення, од./тис. особу	Доходи на душу населення, тис. грн/особу
1	2	3	4
Вінницька	754,1	115	20,5
Волинська	712,1	111	18,5
Дніпропетровська	747,4	150	26,6
Донецька	562,8	131	26,6
Житомирська	642,5	129	20,4
Закарпатська	745,9	142	16,8
Запорізька	689,7	165	25,4

1	2	3	4
Івано-Франківська	732,1	101	19,2
Київська	796,4	221	24,9
Кіровоградська	765,7	121	20,1
Луганська	509,6	135	22,4
Львівська	878,9	107	21,5
Миколаївська	729,0	127	22,0
Одеська	838,3	147	22,2
Полтавська	706,4	144	23,2
Рівненська	681,3	91	19,4
Сумська	686,2	113	21,4
Тернопільська	593,1	120	18,1
Харківська	611,0	140	24,4
Херсонська	808,7	137	19,3
Хмельницька	772,1	111	20,3
Черкаська	773,4	143	20,4
Чернівецька	901,0	112	17,9
Чернігівська	682,1	100	21,2
м. Київ	776,6	258	41,4
Україна	716,0	142	23,4

Для диференціації регіонів за чинниками споживання бензину доцільно використати методи агломеративної та ієрархічної кластеризації. Для вирішення цього завдання використовується програмне забезпечення Statistica Soft 8.0. Результати агломеративної кластеризації подано у вигляді дендрограми (рис. 6.4).

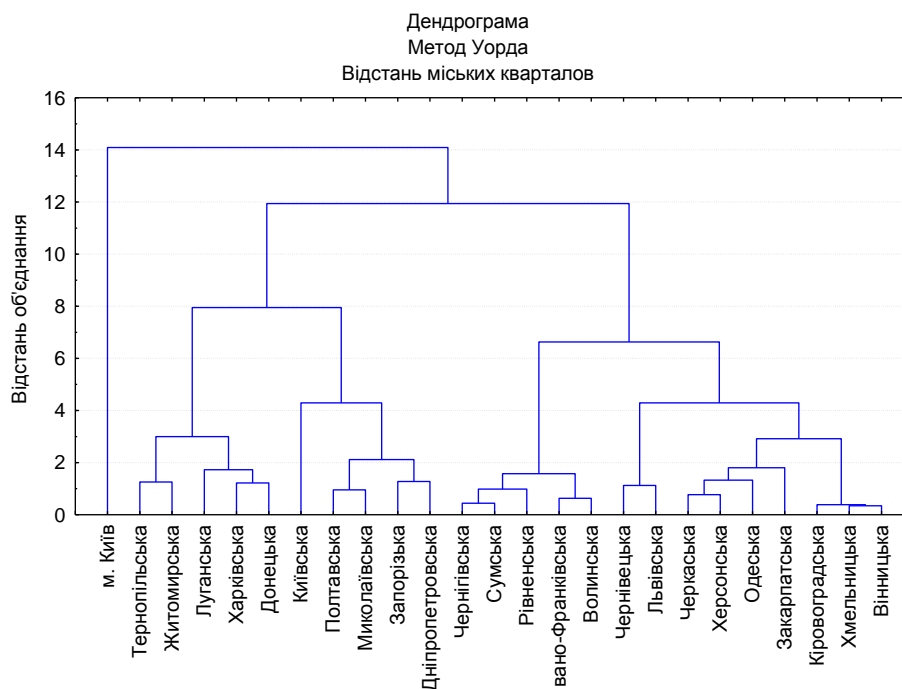


Рис. 6.4. Дендрограма розподілу регіонів України за визначальними чинниками споживання автомобільного бензину

За результатами побудованої дендрограми доцільно виділити 5 кластерів регіонів. Результати розбиття регіонів України на кластери за рівнем споживання бензину наведено в табл. 6.13.

Таблиця 6.13

### Кластеризація регіонів України за споживанням бензину

№ клас-тера	Склад об'єктів кластера	Середні характеристики кластерів		
		Питомі витрати бензину на авто, т/од. авто	Моторизація населення, од./тис. особу	Доходи на душу населення, тис. грн/особу
1	Донецька, Луганська, Харківська	560,7	145,9	24,15
2	Тернопільська, Житомирська, Чернівецька, Сумська, Рівненська, Івано-Франківська, Волинська	675	109,49	19,7
3	м. Київ	776,6	257,6	41,4
4	Дніпропетровська, Запорізька, Київська, Полтавська, Миколаївська	732,9	159,2	24,41
5	Вінницька, Хмельницька, Кіровоградська, Закарпатська, Одеська, Херсонська, Черкаська, Львівська, Чернігівська	804,2	126,1	19,9

**Висновок 2.** Виходячи з отриманих даних кластеризації, можна виділити наступні якісні характеристики кластерів. До кластеру № 1 входять 3 регіони, які відрізняються: низькою питомою витратою бензину на одне авто; середнім рівнем моторизації населення; середнім рівнем доходу на душу населення. За питомою вагою в абсолютному споживанні бензину в Україні даний кластер займає 16,4 %. Цей кластер є найбільш прогресивним, тому що в ньому забезпечується мінімальна по Україні питома витрата палива на одне авто.

У кластер № 2 входять 7 регіонів з якісними характеристиками: помірно низька питома витрата бензину на одне авто; низька моторизація населення; низькі доходи на душу населення. За питомою вагою у загальнонаціональному обсязі споживання даний кластер займає 13,5 %. Вважається, що внаслідок низьких доходів по регіонах даного кластера потреба в автотранспортних засобах його населення незадоволена та пов'язана з вузькою просторовою мобільністю.

М. Київ виділяється в окремий кластер (кластер № 3) за такими характеристиками: помірно висока питома витрата на одне авто; висока моторизація населення; високий рівень доходів на душу населення. За споживанням автомобільного бензину на даний кластер доводиться

11,9 % від загальнонаціонального обсягу. Питома витрата бензину на одне авто демонструє прихильність мешканців столиці до бензинового автотранспорту при високому рівні їх доходів.

До кластеру № 4 віднесено 5 регіонів, які за питомою вагою у споживанні бензину в Україні займають сумарно 29,3 %. Якісними характеристиками кластера є: середня питома витрата бензину на одне авто; помірно високий рівень моторизації населення; помірно високий рівень доходів населення. Вважається, що виділення регіонів у цей кластер обумовлено складною транспортною інфраструктурою (великі річки, гірські масиви, прибережні території), а також висока значимість агропромислового комплексу, що зумовлює значний обсяг споживання бензину не тільки населенням.

Регіони кластера № 5 характеризуються високою питомою витратою бензину, помірно низькою моторизацією, помірно низькими доходами населення. За питомою вагою в абсолютному споживанні бензину цей кластер займає 28,9 %. Прикордонні території, морські та річкові порти обумовлюють високу витрату бензину на одиницю автотранспорту населення.

## 7. Самостійна робота

**Самостійна робота студента (СРС)** – це форма організації навчального процесу, за якої заплановані завдання виконуються студентом самостійно під методичним керівництвом викладача.

**Метою СРС** є засвоєння в повному обсязі навчальної програми та формування у студентів загальних і професійних компетентностей, які відіграють суттєву роль у становленні майбутнього фахівця вищого рівня кваліфікації.

Навчальний час, відведений для СРС за навчальною дисципліною, визначається навчальним планом і становить 61 % (88 годин) від загального обсягу навчального часу за дисципліною (144 години). У ході самостійної роботи студент має стати активним учасником навчального процесу, навчитися свідомо ставитися до оволодіння теоретичними і практичними знаннями, вільно орієнтуватися в інформаційному просторі, нести відповідальність за якість власної професійної підготовки.

СРС включає: опрацювання лекційного матеріалу; опрацювання та вивчення рекомендованої літератури; підготовку до практичних занять; підготовку до виступу на семінарських заняттях; виконання індивідуальних



завдань (вирішення розрахункових індивідуальних та комплексних завдань) за заданою темою; написання есе за запропонованою тематикою; пошук (підбір) та огляд літерних джерел за проблематикою теми; аналітичний розгляд наукової публікації; самодіагностику за контрольними запитаннями; підготовку до контрольних та інших форм поточного контролю; підготовку до модульного контролю (колоквіуму); систематизацію вивченого матеріалу з метою підготовки до заліку.

Перелік завдань для СРС наведено у табл. 7.1.

Таблиця 7.1

### Завдання для самостійної роботи студентів та форми її контролю

Назва теми	Зміст самостійної роботи студентів	Кількість годин	Форми контролю СРС	Література
1	2	3	4	5
<b>Змістовий модуль 1.</b>				
<b>Теоретико-методичні особливості функціонування та розвитку галузевих ринків</b>				
<i>Тема 1.</i> Основні характеристики галузевих ринків	Пошук, підбір та огляд літератури за тематикою семінарського заняття "Особливості функціонування підприємств за різних видів ринкових структур". Підготовка тез доповіді та презентації засобами MS Power Point	6	Презентація	Основна: [2; 5]. Додаткова: [11; 15; 19]
	Виконання розрахункового самостійного завдання: "Оцінка концентрації покупців та продавців на ринку"	6	Захист робочого зошита	Основна: [2; 5]. Додаткова: [11; 15; 19]
<i>Тема 2.</i> Підприємство в сучасних ринкових умовах	Пошук, підбір та огляд літератури за заданою тематикою. Написання есе за темою: "Зловживання ринковою владою та соціальна відповідальність підприємства-монополіста"	6	Перевірка есе	Основна: [2; 5]. Додаткова: [11; 15; 19]
<i>Тема 3.</i> Диференціація продуктів та покупців на галузевих ринках	Пошук, підбір та огляд літератури за тематикою семінарського заняття "Місце та роль брендів на ринках"	6	Презентація	Основна: [2; 5]. Додаткова: [11; 15; 19]
	Підготовка до колоквіуму: опрацювання та вивчення лекційного та практичного матеріалу, опрацювання рекомендованої літератури, систематизація вивченого матеріалу	8	Колоквіум за змістовим модулем № 1	Основна: [2, 5]. Додаткова: [10; 11; 15; 19]
<b>Усього за змістовим модулем 1</b>		<b>32</b>		
<b>Змістовий модуль 2.</b>				
<b>Теоретико-методичні особливості застосування основних видів аналізу ринків</b>				
<i>Тема 4.</i> Фундаментальний аналіз	Пошук, підбір та огляд літератури за заданою тематикою. Формування інформаційної бази для проведення фундаментального аналізу: ключові економічні індикаторів	12	Експрес-опитування. Розрахунковий файл у форматі MS Excel	Основна: [7]. Додаткова: [14; 18; 20; 24]

Закінчення табл. 7.1

1	2	3	4	5
<i>Тема 5.</i> Технічний аналіз	Пошук, підбір та огляд літератури за заданою тематикою. Виконання розрахункового самостійного завдання: "Аналіз динаміки руху ринкових цін"	12	Захист робочого зошита	Основна: [7]. Додаткова: [14; 18; 24; 26]
<i>Тема 6.</i> Статистичний аналіз	Пошук, підбір та огляд літератури за заданою тематикою. Виконання розрахункового самостійного завдання: "Статистичний аналіз ринкового середовища"	12	Захист робочого зошита	Основна: [1; 6]. Додаткова: [17; 20; 24]
<i>Тема 7.</i> Рейтинговий аналіз	Пошук, підбір та огляд літератури за заданою тематикою. Виконання розрахункового самостійного завдання: "Рейтинговий аналіз прямих конкурентів на ринку"	6	Захист робочого зошита	Основна: [1; 6]. Додаткова: [17; 20; 24]
<i>Тема 8.</i> Експертний аналіз	Пошук, підбір та огляд літератури за заданою тематикою. Виконання розрахункового самостійного завдання: "Когнітивний аналіз слабкоструктурованих чинників ринку"	6	Захист робочого зошита	Основна: [4; 15]. Додаткова: [23]
	Підготовка до колоквіуму: опрацювання та вивчення лекційного та практичного матеріалу, опрацювання рекомендованої літератури, систематизація вивченого матеріалу	8	Колоквіум за змістовим модулем № 2	Основна: [4 – 7]. Додаткова: [18 – 24]
<b>Усього за змістовим модулем 2</b>		56		
<b>Усього з навчальної дисципліни</b>		88		

## 7.1. Контрольні запитання для самодіагностики

### Змістовий модуль 1.

#### Теоретико-методичні особливості функціонування та розвитку галузевих ринків

##### Тема 1. Основні характеристики галузевих ринків

1. Охарактеризуйте основні відмінності між поняттями "ринок" і "галузь". Дайте визначення поняття "галузевий ринок".
2. Які є границі галузевих ринків?
3. Що розуміють під поняттям "перехресна еластичність товару"?
4. Назвіть основних суб'єктів ринкових відносин.
5. Які типи ринків виокремлюють за чисельністю продавців/покупців?

6. Що означає поняття "кон'юнктура ринку"?
7. Які є типи та рівні ринкової кон'юнктури?
8. Назвіть основні показники концентрації продавців та покупців на галузевих ринках.
9. Дайте визначення поняття "державна галузева політика".
10. Розкрийте сутність та зміст поняття "антимонопольної політики держави".
11. Яким чином визначається монопольне положення підприємства на ринку згідно з чинним національним законодавством?
12. Назвіть основні види зловживання монопольним становищем на ринку.

## **Тема 2. Підприємство в сучасних ринкових умовах**

1. Що означає поняття "підприємство" згідно з чинним національним законодавством?
2. Які існують основні підходи до створення та функціонування підприємств?
3. Назвіть основні цілі функціонування підприємств.
4. Розкрийте сутність поняття "ефект масштабу виробництва". Які його основні види?
5. Назвіть основні показники оцінки ринкової влади підприємства.
6. Дайте визначення понять "бар'єри входу" та "бар'єри виходу".
7. Які виділяють види ринків залежно від висоти бар'єрів входу?
8. У чому полягає різниця між стратегічними та нестратегічними бар'єрами входу та виходу підприємства на ринок?
9. Які виділяють показники статистики для аналізу бар'єрів входу та виходу підприємств на галузеві ринки?
10. У чому полягають відмінності між поняттями "злиття" та "поглинання" підприємств?
11. Які існують види злиттів та поглинань на галузевих ринках залежно від характеру інтеграції?
12. Назвіть основні мотиви інтеграції підприємств на галузевих ринках.

## **Тема 3. Диференціація продуктів та покупців на галузевих ринках**

1. Назвіть основні чинники, що обумовлюють диференціацію продуктів на галузевих ринках.

2. Які види ринків виділяють залежно від диференціації продуктів (градація Бостонської консалтингової групи)?
3. Дайте визначення поняття "бренд".
4. Розкрийте сутність концепції *Brand Equity*.
5. Охарактеризуйте зміст основних методів оцінки вартості бренду.
6. У чому полягають відмінності між товарами-брендами і товарами-дженериками?
7. Назвіть основні особливості вертикальної (горизонтальної) диференціації продуктів.
8. Назвіть необхідні умови диференціації покупців на основі цінової дискримінації?
9. Які є основні види цінової дискримінації?
10. У чому полягають відмінності між основними ступенями цінової дискримінації (класифікація Пігу А. С.)?
11. Які існують методи державного регулювання цін на галузевих ринках?
12. Охарактеризуйте основні відмінності між плановими й тактичними знижками.

## **Змістовий модуль 2.**

### **Теоретико-методичні особливості застосування основних видів аналізу ринків**

#### **Тема 4. Фундаментальний аналіз**

1. Розкрийте сутність, цілі та завдання фундаментального аналізу ринку.
2. За якими рівнями необхідно проводити фундаментальний аналіз?
3. Назвіть ключові макроекономічні індикатори в фундаментальному аналізі.
4. Які існують види реакцій ринку на офіційне оприлюднення макроекономічних індикаторів?
5. Які основні біржові індекси враховують інвестори при аналізі глобального ринкового середовища?
6. Назвіть основні елементи біржового індексу.
7. Які групи галузей економіки (видів економічної діяльності) виділяють залежно від стадій їх життєвого циклу?

8. Поясніть значення та особливості дефлятування результатів економічної діяльності галузевих ринків.

9. Назвіть основні складові формування балансу попиту та пропозиції на галузевому ринку.

10. У чому полягає значення регіональних чинників при проведенні фундаментального аналізу?

11. Які основні документи статистичної звітності використовуються при аналізі ринкового мікросередовища?

12. Назвіть основні показники ефективності операційної діяльності, які розраховуються для аналізу ринкового мікросередовища.

### **Тема 5. Технічний аналіз**

1. Розкрийте сутність, цілі та завдання технічного аналізу ринку.

2. У чому полягають відмінності між фундаментальним та технічним видами аналізу?

3. Назвіть основні аксіоми технічного аналізу.

4. Які існують типи трендів при аналізі руху ціни?

5. Охарактеризуйте основні особливості методів технічного аналізу.

6. Розкрийте зміст теорії Доу в технічному аналізі.

7. Які виділяють види графіків руху ціни? Подайте їх порівняльну характеристику.

8. Що означають "лінія опору" та "лінія підтримки"?

9. Перелічіть основні розворотні фігури та фігури продовження в технічному аналізі.

10. Що означають числа Фібоначчі? Розкрийте їх зміст в економіці.

11. Які виділяють типи ковзних середніх? Поясніть їх сигнали на ринку.

12. Поясніть особливості застосування осциляторів при аналізі ринкових цін.

### **Тема 6. Статистичний аналіз**

1. Розкрийте сутність, цілі та завдання статистичного аналізу ринку.

2. Перелічіть основні показники статистичного аналізу елементарних ознак ринкового середовища.

3. Які існують схеми критеріїв описової статистики величин елементарних ознак ринкового середовища?

4. Назвіть правила складання репрезентативної вибірки елементарних ознак ринкового середовища.

5. Які основні характеристики ступеня мінливості множини ознак ринкового середовища?
6. Перелічіть основні етапи кластерного аналізу.
7. Назвіть основні методи кластерного аналізу ринкового середовища.
8. Які міри відстаней між об'єктами ринкового середовища використовуються в кластерному аналізі?
9. Які можна виділити ознаки усталеності кластерів ринкового середовища?
10. Назвіть основні цілі та етапи факторного аналізу ринкового середовища.
11. Які існують види факторного аналізу?
12. Охарактеризуйте основні методи вибору кількості факторів у факторному аналізі.

### **Тема 7. Рейтинговий аналіз**

1. Назвіть основні види рейтингових оцінок.
2. Охарактеризуйте основні методи ранжування об'єктів сукупності в ринковому середовищі.
3. Перелічіть основні етапи конструювання узагальнюючого рейтингового показника.
4. Назвіть основні напрями застосування рейтингового аналізу в ринковому середовищі.
5. У чому полягає значення розподілу локальних показників на стимулятори та дестимулятори?
6. Охарактеризуйте основні методи стандартизації ознакових множин ринкового середовища.
7. Які є способи визначення узагальнювальних показників?
8. Що означає таксономічний показник рівня розвитку?
9. Назвіть стандартні оцінки узагальнюючого рейтингового показника на шкалі бажаності.
10. Розкрийте сутність поняття "кредитний рейтинг" та його основне призначення.
11. Охарактеризуйте основні міжнародні рейтингові системи.
12. Які кредитно-рейтингові системи використовуються в Україні?

## **Тема 8. Експертне оцінювання**

1. Розкрийте сутність, цілі та завдання експертного оцінювання ринкового середовища.
2. Перелічіть основні етапи проведення експертного оцінювання.
3. Що означає "сітка експертного оцінювання" та які особливості її побудови?
4. Яким чином проходить підбір експертів у рамках процедури експертного оцінювання?
5. Охарактеризуйте основні етапи вибору показників експертного оцінювання.
6. Розкрийте сутність та зміст основних методів колективного експертного оцінювання.
7. За якими показниками встановлюється узгодженість думок експертів?
8. Що означає термін "когнітивна карта"?
9. Назвіть основні етапи побудови когнітивної карти.
10. Яким чином встановлюється вплив чинників у слабоструктурованому ринковому середовищі?

## **8. Індивідуально-консультативна робота**

Індивідуально-консультативна робота здійснюється за графіком індивідуально-консультативної роботи у формі індивідуальних занять, консультацій, перевірки виконання індивідуальних завдань, перевірки та захисту завдань, що винесені на поточний контроль, тощо.

Формами організації індивідуально-консультативної роботи є:

- а) за засвоєнням теоретичного матеріалу:  
консультації: індивідуальні (запитання – відповідь), групові (розгляд типових прикладів – ситуацій);
- б) за засвоєнням практичного матеріалу:  
консультації індивідуальні і групові;
- в) для комплексної оцінки засвоєння програмного матеріалу:  
індивідуальне здавання виконаних робіт.

## **9. Методи навчання**

У процесі викладання навчальної дисципліни для активізації навчально-пізнавальної діяльності студентів передбачено застосування

як активних, так й інтерактивних навчальних технологій. Основні відмінності активних та інтерактивних методів навчання від традиційних визначаються не тільки методикою і технікою викладання, але і високою ефективністю навчального процесу, який виявляється у: високій мотивації студентів; закріпленні теоретичних знань на практиці; підвищенні самосвідомості студентів; виробленні здатності приймати самостійні рішення; виробленні здібності до колективних рішень; виробленні здібності до соціальної інтеграції; придбанні навичок вирішення конфліктів; розвитку здібності до компромісів.

Використання методик активізації процесу навчання у викладанні навчальної дисципліни наведено у табл. 9.1.

Таблиця 9.1

### Використання методик активізації процесу навчання у викладанні навчальної дисципліни

Назва методики	Сутність методики	Вид заняття, де використовується
1	2	3
<b>Проблемі лекції</b>	Спрямовані на розвиток логічного мислення студентів і характеризуються тим, що коло питань теми обмежується двома-трьома ключовими моментами, використовується досвід закордонних навчальних закладів із роздачею студентам під час лекцій друкованого матеріалу та виділення головних висновків з питань, що розглядаються	Викладання лекційного матеріалу за темами: <i>Тема 1.</i> Основні характеристики галузевих ринків. <i>Тема 4.</i> Фундаментальний аналіз. <i>Тема 5.</i> Технічний аналіз
<b>Міні-лекції</b>	Передбачають викладення навчального матеріалу за короткий проміжок часу й характеризуються значною ємністю, складністю логічних побудов, образів, доказів та узагальнень	Викладання лекційного матеріалу за темами. <i>Тема 2.</i> Підприємство в сучасних ринкових умовах. <i>Тема 3.</i> Диференціація продуктів та покупців на галузевих ринках. <i>Тема 8.</i> Експертне оцінювання
<b>Модерація</b>	Використання прийомів, методів і форм організації навчального процесу, спрямованих на активізацію аналітичної та рефлексивної діяльності студентів, розвиток дослідницьких і проєктувальних умінь, розвиток комунікативних здібностей роботи в команді	Проведення практичних занять за <i>темою 1.</i> Основні характеристики галузевих ринків
<b>Семінари-дискусії</b>	Передбачають обмін думками і поглядами учасників з приводу обраної теми, а також розвивають мислення, допомагають формувати погляди та переконання, виробляють вміння формулювати думки й висловлювати їх	Проведення семінарських занять за темами. <i>Тема 1.</i> Основні характеристики галузевих ринків. <i>Тема 3.</i> Диференціація продуктів та покупців на галузевих ринках



1	2	3
<b>Робота в малих групах</b>	Дає змогу структурувати практично-семінарські заняття за формою і змістом, створює можливості для участі кожного студента в роботі за темою заняття, забезпечує формування особистісних якостей та досвіду соціального спілкування	Проведення практичних занять за темами. <i>Тема 6.</i> Статистичний аналіз. <i>Тема 8.</i> Експертне оцінювання
<b>Метод "Дельфі"</b>	Використовується з метою досягнення консенсусу в експертних оцінках й передбачає надання можливості висловити свої думки групі експертів, що працюють індивідуально в різних місцях	Проведення практичних занять за темами <i>Тема 7.</i> Рейтинговий аналіз. <i>Тема 8.</i> Експертне оцінювання
<b>Презентації</b>	Виступи перед аудиторією, що використовуються для представлення певних досягнень, результатів роботи групи, звіту про виконання індивідуальних завдань, проектних робіт. Презентації можуть бути як індивідуальні (виступи одного слухача), так і колективними	Презентації тез доповідей на семінарських заняттях за темами. <i>Тема 1.</i> Основні характеристики галузевих ринків. <i>Тема 3.</i> Диференціація продуктів та покупців на галузевих ринках
<b>Кейс-метод</b>	Дає змогу наблизити процес навчання до реальної практичної діяльності спеціалістів і передбачає розгляд виробничих, управлінських та інших ситуацій, складних і конфліктних випадків, проблемних ситуацій, інцидентів у процесі вивчення навчального матеріалу	Проведення практичних занять за <i>темою 3.</i> Диференціація продуктів та покупців на галузевих ринках
<b>Банки візуального супроводження</b>	Сприяють активізації творчого сприйняття змісту дисципліни за допомогою наочності та аналізу, вивчення	Проведення лекційних занять за темами: <i>Тема 5.</i> Технічний аналіз. <i>Тема 6.</i> Статистичний аналіз. <i>Тема 7.</i> Рейтинговий аналіз

## 10. Методи контролю

Система оцінювання сформованих компетентностей у студентів враховує види занять, які згідно з програмою навчальної дисципліни передбачають лекційні, семінарські, практичні заняття, а також виконання самостійної роботи. Оцінювання сформованих компетентностей у студентів здійснюється за накопичувальною 100-бальною системою. Відповідно до Тимчасового положення "Про порядок оцінювання результатів навчання студентів за накопичувальною бально-рейтинговою системою" ХНЕУ ім. С. Кузнеця, контрольні заходи включають:

*поточний контроль*, що здійснюється протягом семестру під час проведення лекційних, практичних, семінарських занять і оцінюється сумою набраних балів;

*модульний контроль*, що проводиться з урахуванням поточного контролю за відповідний змістовий модуль і має на меті інтегровану оцінку результатів навчання студента після вивчення матеріалу логічно завершеної частини навчальної дисципліни – змістового модуля;

*підсумковий/семестровий контроль* проводиться у формі заліку, відповідно до графіка навчального процесу.

*Максимальна сума* з навчальною дисципліни – **100 балів**, *мінімальна сума*, що дозволяє студенту зарахувати навчальну дисципліну, – **60 балів**.

Поточний контроль із даної навчальної дисципліни проводиться в таких формах:

- активна робота на лекційних заняттях;
- активна участь на семінарських заняттях;
- активна участь у виконанні практичних завдань;
- перевірка есе за заданою тематикою;
- проведення поточного тестування;
- проведення письмової контрольної роботи;
- проведення експрес-опитування;
- проведення диктанту за лекційним матеріалом.

Модульний контроль із даної навчальної дисципліни проводиться у формі колоквіуму. **Колоквіум** – це форма перевірки й оцінювання знань студентів у системі освіти у вищих навчальних закладах. Проводиться як проміжний міні-іспит у заплановані навчальний графіком строки.

Приклад білету до колоквіуму наведено у **додатку А**.

*Семестровий контроль* у формі **заліку** – підсумкова кількість балів з навчальної дисципліни (*максимум 100 балів*), визначається як сума (*проста*) балів за результати успішності студента при поточному контролі, включаючи колоквіум. Бали, отримані за колоквіум (**максимальна кількість балів – 27**), додаються до балів за поточну успішність (**мінімальна кількість балів – 35**). Залік виставляється за результатами роботи студента впродовж усього семестру. Порядок та критерії оцінювання зазначені у табл. 11.1.

Сумарний результат у балах складає: *"60 і більше балів – зараховано"*, *"59 і менше балів – незараховано"* заноситься у залікову *"Відомість обліку успішності"* навчальної дисципліни. У випадку отримання менше 60 балів студент обов'язково здає залік після закінчення

екзаменаційної сесії у визначений деканом термін, але не пізніше двох тижнів після початку семестру. У випадку повторного отримання менше 60 балів декан призначає комісію у складі трьох викладачів на чолі із завідувачем кафедри та визначає термін перескладання заліку, після чого приймається рішення відповідно до чинного законодавства: "зараховано" – студент продовжує навчання за графіком навчального процесу, а якщо "незараховано", тоді деканом факультету пропонується студенту повторне вивчення навчальної дисципліни протягом наступного навчального періоду самостійно. Повторне вивчення навчальної дисципліни може здійснюватись як в університеті (разом зі студентами заочної форми навчання, дистанційно, отримуючи консультативну допомогу викладачів кафедри), так і в іншому вищому закладі освіти. Декан готує проект наказу про повторне вивчення студентом навчальної дисципліни, встановлює терміни ліквідації академічної заборгованості, залишаючи у контингенті студентів факультету. Академічна заборгованість обов'язково ліквідується до початку навчального року. Якщо студент не ліквідував академічну заборгованість він не включається до переводного наказу та відраховується з університету.

#### **Порядок проведення поточного оцінювання знань студентів.**

Оцінювання знань студента під час семінарських і практичних занять та виконання індивідуальних завдань проводиться за такими критеріями:

розуміння, ступінь засвоєння теорії та методичних проблем, що розглядаються;

ступінь засвоєння фактичного матеріалу навчальної дисципліни;

ознайомлення з рекомендованою літературою, а також із сучасною літературою з питань, що розглядаються;

вміння поєднувати теорію з практикою при розгляді прикладних ситуацій, розв'язанні задач, проведенні розрахунків під час виконання індивідуальних завдань, та завдань, винесених на розгляд в аудиторії;

логіка, структура, стиль викладу матеріалу в письмових роботах і при виступах в аудиторії, вміння обґрунтовувати свою позицію, здійснювати узагальнення інформації та робити висновки.

Максимально можливий бал за конкретним завданням ставиться за умови відповідності індивідуального завдання студента або його усної відповіді усім зазначеним критеріям. Відсутність тієї або іншої складової знижує кількість балів. При оцінюванні індивідуальних завдань увага також приділяється якості, самостійності та своєчасності здачі виконаних завдань викладачу (згідно з графіком навчального процесу).

Поточний контроль (експрес-опитування) проводиться 2 рази за семестр. Тест містить запитання одиничного і множинного вибору щодо перевірки знань основних категорій навчальної дисципліни.

Письмова контрольна робота (колоквіум) проводиться 2 рази за семестр та містить в собі практичні завдання різного рівня компетентності відповідно до тем змістового модуля.

**Критерії оцінювання позааудиторної самостійної роботи студентів.** Загальними критеріями, за якими здійснюється оцінювання позааудиторної самостійної роботи студентів є: глибина і міцність знань, рівень мислення, вміння систематизувати знання за окремими темами, вміння надавати обґрунтовані висновки, володіння категорійним апаратом, навички і прийоми виконання практичних завдань, уміння пошуку необхідної інформації, здійснювати її систематизацію та обробку, само-реалізація на практичних та семінарських заняттях.

Критеріями оцінювання "есе" є: здатність проводити критичну та незалежну оцінку певних проблемних питань; уміння пояснювати альтернативні погляди та наявність власної точки зору, позиції на певне проблемне питання; застосування аналітичних підходів; якість і чіткість викладання міркувань; логіка, структуризація та обґрунтованість висновків на конкретну проблему; самостійність виконання роботи; грамотність подачі матеріалу; використання методів порівняння, узагальнення понять та явищ; оформлення роботи.

## 11. Розподіл балів, які отримують студенти

Розподіл балів, які отримують студенти протягом вивчення двох змістових модулів за темами наведено у табл. 11.1.

Таблиця 11.1

### Методи навчання та форми контролю роботи студента

Професійні компетентності	Навчальний тиждень	Години		Методи та форми навчання		Оцінка рівня сформованості компетентностей	
						Форми контролю	Макс. бал
1	2	3	4		5	6	
	Змістовий модуль 1. Теоретико-методичні особливості функціонування та розвитку галузевих ринків					40	
	1	Ауд.	2	Лекція	ТЕМА 1. Основні характеристики галузевого ринку	Робота на лекції	1

1		2	3		4		5	6
Аналізувати типові ринкові структури	Визначати тип ринкової структури за показниками концентрації	1	Ауд.	1	Практичне заняття	Модерація на тему "Професійні компетентності економістів з аналізу ринків"	Активна участь у модерації	1
				1		Вирішення практичних завдань щодо розрахунку місткості галузевого ринку та частки ринку підприємства	Активна участь у виконанні практичних завдань	1
			СРС	6	Підготовка до занять	Пошук, підбір та огляд літературних джерел за заданою тематикою семінарського заняття	Презентація та тези доповіді	2
	Визначати тип ринкової структури за показниками концентрації	2	Ауд.	2	Лекція	ТЕМА 1. Основні характеристики галузевого ринку	Робота на лекції	1
				2	Практичне заняття	Семінар-дискусія на тему: "Особливості функціонування підприємств за різних видів ринкових структур"	Активна участь на семінарі	2
			СРС	6	Підготовка до занять	Пошук, підбір та огляд літературних джерел за заданою тематикою; виконання практичних завдань щодо аналізу місткості галузевого ринку та частки ринку підприємства	Контроль самостійної роботи студента	1
	Визначати положення підприємства в ринковому середовищі	3	Ауд.	2	Лекція	ТЕМА 2. Підприємство в сучасних ринкових умовах	Робота на лекції	1
				2	Практичне заняття	Вирішення практичних завдань щодо оцінки концентрації гравців на ринку	Активна участь у виконанні завдань	2
			СРС	6	Підготовка до занять	Написання есе на тему: "Зловживання ринковою владою та соціальна відповідальність підприємства-монополіста"	Есе	7
	Проводити диференціацію продуктів на галузевих ринках	4	Ауд.	2	Лекція	ТЕМА 3. Диференціація продуктів та покупців на галузевих ринках	Робота на лекції	1
				2	Практичне заняття	Семінар-дискусія на тему: "Місце та роль брендів на ринках"	Активна участь на семінарі	2

Продовження табл. 11.1

1		2	3		4		5	6
		4	СРС	6	Підготовка до занять	Пошук, підбір та огляд літератури за тематикою семінарського заняття	Контроль самостійної роботи студента; експрес-опитування	5
		5	Ауд.	2	Лекція	ТЕМА 3. Диференціація продуктів та покупців на галузевих ринках	Робота на лекції	1
				2	Практичне заняття	Колоквіум за змістовим модулем 1	Підсумкова контрольна робота за модулем	12
	СРС	8	Підготовка до занять	Підготовка до колоквіуму: вивчення лекційного та практичного матеріалу, опрацювання рекомендованої літератури, систематизація вивченого матеріалу				
Змістовий модуль 2. Теоретико-методичні особливості застосування основних видів аналізу ринків								60
Аналізувати ключові індикатори функціонування та розвитку ринкових структур	Проводити фундаментальний аналіз ринкового середовища	6	Ауд.	2	Лекція	ТЕМА 4. Фундаментальний аналіз	Робота на лекції	1
		6	Ауд	1	Практичне заняття	Вирішення практичних завдань щодо аналізу впливу макроекономічних індикаторів на діяльність ринку	Активна участь на практичному занятті	2
				1		Вирішення практичних завдань щодо побудови та аналізу балансу попиту та пропозиції на галузевому ринку		2
			СРС	6	Підготовка до занять	Пошук, підбір та огляд літератури за заданою тематикою; формування інформаційної бази	Розрахунковий файл у форматі MS Excel	2
		7	Ауд.	2	Лекція	ТЕМА 4. Фундаментальний аналіз	Робота на лекції	1
				2	Практичне заняття	Вирішення практичних завдань щодо аналізу мікросередовища	Активна участь на практичному занятті	2

1	2	3	4		5	6		
Аналізувати ключові індикатори функціонування та розвитку ринкових структур		7	СРС	6	Підготовка до занять	Пошук, підбір та огляд літератури за заданою тематикою; формування інформаційної бази	Розрахунковий файл у форматі MS Excel	2
	Аналізувати динаміку руху цін на ринку, визначати лінії тренду, прогнозувати напрями зміни ринкових цін	8	Ауд.	2	Лекція	ТЕМА 5. Технічний аналіз	Робота на лекції	1
				2	Практичне заняття	Вирішення практичних завдань щодо побудови графіків руху ціни на ринку	Активна участь на практичному занятті	2
			СРС	6	Підготовка до занять	Пошук, підбір та огляд літератури за заданою тематикою; вирішення практичних завдань за тематикою	Контроль самостійної роботи студента	2
		9	Ауд.	2	Лекція	ТЕМА 5. Технічний аналіз	Робота на лекції	1
				2	Практичне заняття	Вирішення практичних завдань щодо визначення цінових трендів та напрямів майбутнього руху цін на ринку	Активна участь на практичному занятті	2
			СРС	6	Підготовка до занять	Пошук, підбір та огляд літератури за заданою тематикою; вирішення практичних завдань	Контроль самостійної роботи студента	2
	Здійснювати статистичний аналіз галузевих показників динаміки руху ринків	10	Ауд.	2	Лекція	ТЕМА 6. Статистичний аналіз	Робота на лекції	1
				2	Практичне заняття	Вирішення практичних завдань щодо проведення статистичного аналізу ринків (елементарні ознаки)	Активна участь на практичному занятті	2
			СРС	6	Підготовка до занять	Пошук, підбір та огляд літератури за заданою тематикою; вирішення практичних завдань	Контроль самостійної роботи студента	2
		11	Ауд.	2	Лекція	ТЕМА 6. Статистичний аналіз	Робота на лекції	1
				2	Практичне заняття	Вирішення практичних завдань щодо проведення статистичного аналізу ринків (кластерний аналіз)	Активна участь на практичному занятті	2
			СРС	6	Підготовка до занять	Пошук, підбір та огляд літератури за заданою тематикою; вирішення практичних завдань за заданою тематикою	Поточна контрольна робота	4

Закінчення табл. 11.1

1	2	3	4		5	6		
Аналізувати ключові індикатори функціонування та розвитку ринкових структур	12	Ауд.	2	Лекція	ТЕМА 7. Рейтинговий аналіз	Робота на лекції	1	
			2	Практичне заняття	Вирішення практичних завдань щодо побудови рейтингу ефективності діяльності конкурентів	Активна участь у виконанні практичних завдань	2	
		СРС	6	Підготовка до занять	Пошук, підбір та огляд літератури за заданою тематикою; вирішення практичних завдань	Контроль самостійної роботи студента	2	
	Здійснювати експертне оцінювання слабоструктурованих чинників ринкового середовища	13	Ауд.	2	Лекція	ТЕМА 8. Експертне оцінювання	Робота на лекції	1
				2	Практичне заняття	Вирішення практичних завдань щодо побудови та аналізу когнітивної карти слабо-структурованого ринкового середовища	Активна участь у виконанні практичних завдань	2
			СРС	6	Підготовка до занять	Пошук, підбір та огляд літератури за заданою тематикою; виконання самостійного завдання: "Когнітивний аналіз слабоструктурованих чинників ринку"	Контроль самостійної роботи студента	2
	14	Ауд.	2	Лекція	ТЕМА 8. Експертне оцінювання	Робота на лекції	1	
			2	Практичне заняття	КОЛОКВІУМ за ЗМІС-ТОВИМ МОДУЛЕМ 2	Підсумкова контрольна робота за модулем	15	
	СРС	8	Підготовка до занять	Підготовка до колоквіуму: опрацювання та вивчення лекційного та практичного матеріалу, опрацювання рекомендованої літератури, систематизація вивченого матеріалу				
	УСЬОГО годин		144	Загальна максимальна кількість балів із дисципліни			100	
	3 НИХ							
	аудиторні		56	поточний контроль			100	
самостійні		88	підсумковий контроль			0		



Розподіл балів у межах тем за змістовими модулями наведено у табл. 11.2.

Таблиця 11.2

### Розподіл балів за темами

Поточне тестування та самостійна робота								Сума
Змістовий модуль 1			Змістовий модуль 2					100
T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	
9	10	9	12	10	12	5	6	
Колоквіум 1			Колоквіум 2					
12			15					

Примітка T1, T2, ... T8 – теми змістових модулів.

Максимальна кількість балів, що може отримати студент протягом тижня за формами та методами навчання, наведена у табл. 11.3.

Таблиця 11.3

### Розподіл балів за тижнями

Теми змістового модуля		Лекційні заняття	Практичні заняття	Самостійна робота	Семинар-дискусія	Модерація	Есе	Поточна контрольна робота	КОЛОКВІУМ	Сума балів	
ЗМ 1	тема 1	1 тиждень	1	1	2	-	1	-	-	5	
		2 тиждень	1	-	1	2	-	-	-	4	
	тема 2	3 тиждень	1	2	-	-	-	7	-	10	
	тема 3	4 тиждень	1	-	2	2	-	-	3	-	8
		5 тиждень	1	-	-	-	-	-	-	12	13
ЗМ 2	тема 4	6 тиждень	1	4	2	-	-	-	-	7	
		7 тиждень	1	2	2	-	-	-	-	5	
	тема 5	8 тиждень	1	2	2	-	-	-	-	5	
		9 тиждень	1	2	2	-	-	-	-	5	
	тема 6	10 тиждень	1	2	2	-	-	-	-	5	
		11 тиждень	1	2	-	-	-	-	4	-	7
	тема 7	12 тиждень	1	2	2	-	-	-	-	5	
	тема 8	13 тиждень	1	2	2	-	-	-	-	-	5
14 тиждень		1	-	-	-	-	-	-	15	16	
Сума балів		14	21	19	4	1	7	7	27	100	

Підсумкова оцінка з навчальної дисципліни визначається відповідно до Тимчасового положення "Про порядок оцінювання студентів за

накопичувальною бально-рейтинговою системою" ХНЕУ ім. С. Кузнеця (табл. 11.4).

Таблиця 11.4

### Шкала оцінювання: національна та ЄКТС

Сума балів за всіма видами навчальної діяльності	Оцінка ЄКТС	Оцінка за національною шкалою	
		для іспиту, курсового проекту (роботи), практики	для заліку
90 – 100	A	відмінно	зараховано
82 – 89	B	добре	
74 – 81	C		
64 – 73	D		
60 – 63	E	задовільно	не зараховано
35 – 59	FX	незадовільно	

Оцінки за цією шкалою заносяться до відомостей обліку успішності, індивідуального навчального плану студента та іншої академічної документації.

## 12. Рекомендована література

### 12.1. Основна

1. Аккеліс Б. С. Технический анализ от А до Я / Б. С. Аккеліс. – М. : Диаграмма, 1999. – 366 с.
2. Лебедев О. Т. Экономика отраслевых рынков : учеб. пособ. / О. Т. Лебедев. – М. : Бослен, 2008. – 528 с.
3. Малярець Л. М. Вимірювання ознак об'єктів в економіці: методологія та практика : наукове видання / Л. М. Малярець. – Х. : Вид. ХНЕУ, 2006. – 384 с.
4. Орлов А. И. Организационно-экономическое моделирование: учебник в 3 частях. Экспертное оценивание: часть 2 / А. И. Орлов. – М. : МГТУ им. Н. Э. Баумана, 2011. – 486 с.
5. Рой Л. В. Анализ отраслевых рынков : учебник / Л. В. Рой, В. П. Третьяк. – М. : ИНФРА-М, 2008. – 442 с.
6. Эрлих А. А. Технический анализ товарных и финансовых рынков : прикладное пособие / А. А. Эрлих. – 2-е изд. – М. : ИНФРА-М, 1996. – 176 с.
7. Якимкин В. Фундаментальный анализ : учебник / В. Якимкин. – М. : Изд-во Омега-Л, 2008. – 640 с.

## 12.2. Додаткова

8. Близоруков М. Г. Статистические методы анализа рынков : учебно-методическое пособие / М. Г. Близоруков. – Екатеринбург : Институт управления и предпринимательства Уральского государственного университета, 2008. – 75 с.

9. Блэкуэлл Р. Поведение потребителей : учебник / Р. Блэкуэлл, П. Миниард, Дж. Энджел. – 10-е изд. – СПб. : Питер, 2007. – 944 с.

10. Вурос А. Д. Экономика отраслевых рынков : учеб. пособ. / А. Д. Вурос, Н. М. Розанова. – М. : Экономический факультет МГУ, ТЕИС, 2002. – 253 с.

11. Гильмундинов В. М. Экономика отраслевых рынков: в 2-х частях : учеб. пособ. / В. М. Гильмундинов. – Новосибирск : Изд-во НГТУ, 2005 – 2008. – 166 с.

12. Єріна А. М. Статистичні аспекти визначення рейтингів / А. М. Єріна, С. С. Ващаєв // Статистика України. – 2000. – № 4. – С. 74–79.

13. Карминский А. М. Рейтинги в экономике: методология и практика / А. М. Карминский, А. А. Пересецкий, А. Е. Петров; под ред. А. М. Карминского. – М. : Финансы и статистика, 2005. – 240 с.

14. Кияница А. С. Фундаментальный анализ финансовых рынков : учебное пособие / А. С. Кияница. – СПб. : Питер, 2005. – 288 с.

15. Оболенцева Л. В. Кон'юнктурні дослідження галузевого ринку : підручник / Л. В. Оболенцева. – Х. : ХНАМГ, 2010. – 249 с.

16. Рассел Дж. Экспертное оценивание / Дж. Рассел. – М : VSD, 2013. – 78 с.

17. Швагер Дж. Технический анализ. Полный курс / Дж. Швагер. – М. : Альпина Паблишер, 2001. – 768 с.

18. Ямароне Р. Ключевые экономические индикаторы: руководство трейдера / Р. Ямароне. – М. : Интернет трейдинг, 2004. – 30 с.

## 12.3. Інформаційні ресурси

19. Бизнес. Официальный сайт журнала. – Режим доступа : <http://www.business.ua/>.

20. Державна служба статистики України. Офіційний сайт. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua/>.

21. Минфин : финансовый портал. Официальный сайт. – Режим доступа : <http://index.minfin.com.ua/>.
22. Фокус. – Режим доступа : <http://focus.ua/ratings/284039/>.
23. Ярушкина Н. Г. Анализ временных рядов : учеб. пособ. : [Электронный ресурс] / Н. Г. Ярушкина, Т. В. Афанасьева, И. Г. Перфильева. – Режим доступа : <http://venec.ulstu.ru/lib/disk/2010/Yaruwkina.pdf>.
24. Best global brands. – Режим доступа : <http://www.bestglobalbrands.com/2014/ranking>.
25. Marketing.vc : база маркетинговой информации. Официальный сайт Alliance Capital Management. – Режим доступа : <http://marketing.vc/>.
26. Smida. Офіційний сайт Агентства з розвитку інфраструктури фондового ринку України. – Режим доступа : <http://smida.gov.ua/>.

#### **12.4. Методичне забезпечення**

27. Салашенко Т. І. Аналіз ринків : опорний конспект : [Електронний ресурс] / Т. І. Салашенко. – Режим доступа : [www.ikt.hneu.edu.ua](http://www.ikt.hneu.edu.ua)
28. Салашенко Т. І. Методичні рекомендації до виконання практичних завдань з навчальної дисципліни "Аналіз ринків" : [Електронний ресурс] / Т. І. Салашенко. – Режим доступа : [www.ikt.hneu.edu.ua](http://www.ikt.hneu.edu.ua).

# Додатки

Додаток А  
Зразок колоквіуму

ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ІМЕНІ СЕМЕНА КУЗНЕЦЯ  
Факультет економіки і права

**Кафедра економіки підприємства та менеджменту**

**Колоквіум № 1**

з навчальної дисципліни "Аналіз ринків"  
із набуття професійної компетентності АР1  
**щодо аналізу типових ринкових структур**

## I. Тести (4 БАЛИ)

**Тест 1 (Т.1.С.01).** – 0,1 бала. Сукупність підприємств, які виробляють близькі продукти, використовуючи близькі ресурси та технології – це \_\_\_\_\_.

**Тест 2 (Т.1.С.02)** – 0,1 бала. Ступінь зміни величини попиту на товар при зміні ціни на який-небудь інший товар – це:

- а) пряма еластичність товару за ціною;
- б) еластичність товару за рекламою;
- в) перехресна еластичність товару за ціною.

**Тест 3 (Т.1.С.03)** – 0,1 бала. Монополія – це:

- а) тип галузевого ринку, на якому існує єдиний продавець товару, який не має близьких заміників;
- б) тип галузевого ринку, який характеризується наявністю декількох дуже великих підприємств, що контролюють значну частину виробництва і збуту та конкурують один з одним;
- в) тип недосконалої конкуренції, при якому діє відносно велика кількість продавців, кожний з яких задовольняє невелику частку ринкового попиту на загальний тип товару, реалізованого підприємством і його конкурентами.

**Тест 4 (Т.1.С.04)** – 0,1 бала. Сформована на поточний момент ринкова ситуація, яка характеризується співвідношенням між попитом і пропозицією, рівнем цін, товарними запасами та іншими економічними показниками – це \_\_\_\_\_.

**Тест 5 (Т.1.С.05)** – 0,1 бала. Вертикальна диференція продукції визначається одним з наступних чинників:

- а) вибором споживача, що визначається прихильністю до улюбленої товарної марки;
- б) конкурентоспроможністю продукції, що залежить від витрат на рекламу;
- в) співвідношенням ціни до якості продукції;
- г) зниженням еластичності попиту.

**Тест 6 (Т.1.Д.01) – 0,2 бала.** Визначте види границь ринків:

- а) продуктові; 1) ринок залежить від періоду часу, на якому продавці та покупці досягають консенсусу за ціною, якістю та кількістю товарів;
- б) часові; 2) ринок залежить від фактичної гостроти конкуренції суб'єктів ринку певного рівня;
- в) локальні. 3) ринок залежить від здатності товарів замінити один одного в споживанні.

**Тест 7 (Т.1.Д.02) – 0,2 бала.** Оберіть ознаки досконалої конкуренції:

- а) однорідність продукції, що продається;
- б) жоден з продавців або покупців не в змозі вплинути на ринкову ціну;
- в) характеристика ринку, де два або більше продавців, володіючи деяким (обмеженим) контролем над ціною, конкурують між собою за рівень продаж;
- г) вільний вхід на ринок і вихід з нього;
- д) покупці або продавці можуть впливати на ринкову ціну;
- е) максимальна інформованість продавців і покупців про товари і ціни;
- ж) наявність великої кількості економічних агентів, продавців і покупців.

**Тест 8 (Т.1.Д.03) – 0,2 бала.** Розподіліть види ринкової кон'юнктури за типами і рівнями:

- 1) світова; а) досягається збалансованість попиту і пропозиції;
- 2) дисбалансована; б) стан світового господарства чи господарства окремої країни, групи країн, що складається під впливом кон'юнктурутворюючих чинників;
- 3) національна; в) ціни утримуються на стабільному рівні;
- 4) збалансована; г) стан окремого товару в масштабі національного ринку;
- 5) галузева; д) стан окремої галузі на національному або світовому рівні;
- 6) регіональна. е) окремого товару в масштабі регіонального ринку;
- ж) попит перевищує пропозицію, що призводить до дефіциту товарів.

**Тест 9 (Т.1.Д.04) – 0,2 бала.** Оберіть відповідний тип ринкової структури за індексом максимальної частки:

- 1) 0,45; а) досконала конкуренція;
- 2) 0,80; б) монополістична конкуренція;
- 3) 0,15; в) монополія;
- 4) 0,65. г) олігополія.

## Продовження додатка А

**Тест 10 (Т.1.Д.05) – 0,2 бала.** Визначте види градації товарних ринків залежно від диференціації продуктів (за класифікацією Бостонської консалтингової групи):

- |                                     |   |
|-------------------------------------|---|
| 1) об'ємний галузевий ринок;        | а) є широкі можливості для підприємства при диференціації продукції;  |
| 2) спеціалізований галузевий ринок; | б) потенційні можливості отримання конкурентних переваг підприємством незначні. Прибуток не залежить від частки ринку підприємства;   |
| 3) обмежений галузевий ринок;       | в) підприємство має широкі можливості щодо диференціації продукції, але вони не можуть скласти її конкурентну перевагу на ринку;  |
| 4) фрагментарний галузевий ринок.   | г) компанія може досягти результативності, використовуючи обмежений набір відмінних особливостей (конкурентних переваг). Рівень прибутку безпосередньо залежить від частки ринку. |

**Тест 11 (Т.1.Е.01) – 0,5 бала.** Визначте типи ринкової будови для кожної графі:

Покупці	Продавці		
	Багато	Декілька	Один
Багато	1) ___;	2) ___;	3) ___;
Декілька	4) ___;	5) ___;	6) ___;
Один	7) ___;	8) ___;	9) ___.

- |                                      |                            |                                      |
|--------------------------------------|----------------------------|--------------------------------------|
| а) монополія, обмежена олігопсонією; | г) двостороння олігополія; | ж) монопсонія, обмежена олігополією; |
| б) двостороння поліполія;            | д) монополія;              | з) олігополія;                       |
| в) олігопсонія;                      | е) монопсонія;             | и) двостороння олігополія.           |

**Тест 12 (Т.1.Е.02) – 0,5 бала.** Складіть визначення поняття "бар'єри входу":

- а) які перешкоджають новим акторам ринку;
- б) об'єктивні або суб'єктивні чинники;
- в) які перешкоджають існуючим підприємствам;
- г) вийти з галузевого ринку без істотних втрат;
- д) організувати рентабельне й конкурентоспроможне виробництво на даному галузевому ринку.

**Тест 13 (Т.1.Е.02) – 0,5 бала.** Складіть визначення для цінової дискримінації першого ступеня:

- а) встановлення продавцем різних цін на різні одиниці однієї і тієї ж продукції;
- б) передбачає як персональне, так і міжособистісне розрізнення цін попиту;
- в) коли кожна одиниця товару продається за її ціною попиту;
- г) коли ціни, за якими купується товар, для всіх покупців різні;
- д) коли різні одиниці випуску продаються за різними цінами;
- е) кожен споживач, що купує однакову кількість блага, сплачує однакову ціну.

**Тест 14 (Т.1.Е.04) – 0,5 бала.** Визначте правильну відповідь за поданою нижче схемою та оберіть літеру:

	<i>Твердження 1</i>	<i>Твердження 2</i>	<i>Зв'язок</i>
<b>а</b>	правильне	правильне	правильний
<b>б</b>	правильне	неправильне	правильний
<b>в</b>	правильне	неправильне	неправильний
<b>г</b>	неправильне	неправильне	правильний
<b>д</b>	неправильне	неправильне	неправильний
<b>е</b>	неправильне	правильне	неправильний
<b>є</b>	правильне	правильне	неправильний

*Тезис 1.* Злиття гірничодобувних, металургійних і машинобудівних компаній є одним із видів горизонтальної інтеграції, **оскільки** горизонтальна інтеграція є об'єднанням компаній різних галузей, пов'язаних технологічним процесом виробництва готового продукту.

*Тезис 2.* Капітальні витрати є видом адміністративних бар'єрів входу і пов'язані **з тим, що** враховують основні початкові капітальні витрати для організації нового виду економічної діяльності.

*Тезис 3.* Ринкова влада підприємств притаманна ринкам з недосконалою конкуренцією та проявляється **у тому, що** найбільш крупні актори ринку прагнуть до ефектів "подвійної надбавки" або "подвійної маржиналізації"

*Тезис 4.* Цінова дискримінація є найбільш вигідною для продавців, **оскільки** вона дозволяє низькодохідним групам потенційних покупців отримати можливість придбання продукції за ціною, що їх влаштовує.

*Тезис 5.* Цінова дискримінація другого ступеня є продажем за різними цінами партій товару, **що передбачає** лінійну схему ціноутворення та надання споживачам планових і тактичних знижок.

**Тест 15 (Т.1.Е.05) – 0,5 бала.** Визначте послідовність наслідків для ринків з різними видами диференціації продукції:

- |                                 |  |
|---------------------------------|--|
| 1) горизонтальна диференціація; | а) збільшення різноманіття смаків та уподобань споживачів; |
| 2) вертикальна диференціація.   | б) зростання платоспроможного попиту;                      |
|                                 | в) витіснення низькоякісних товарів високоякісними;        |
|                                 | г) скорочення чисельності Продавців;                       |
|                                 | д) вхід на ринок нових Продавців;                          |
|                                 | е) зниження концентрації продавців і ринкової влади;       |
|                                 | є) збільшення концентрації продавців і ринкової влади.     |



**II. Практична частина (8 балів).**

**Завдання 1 (стереотипне) – 1 бал.** На галузевому ринку діє 8 продавців, обсяг реалізації яких наведено у табл. 1 (у млн грн).

Таблиця 1

**Вихідні дані**

Підприємство	1	2	3	4	5	6	7	8
Обсяг реалізації	100	90	80	130	70	60	110	50

Обчисліть індекс Херфіндаля-Хіршмана. Визначте тип ринкової будови.

**Завдання 2 (стереотипне) – 1 бал.** Галузевий ринок представлений 5 гравцями, обсяг реалізації яких подано у табл. 2 (у млн од).

Таблиця 2

**Вихідні дані**

Підприємство	1	2	3	4	5
Обсяг реалізації	20	25	40	35	50

Обчисліть індекс Холла-Тайдмана та зробіть висновки щодо типу ринкової будови.

**Завдання 3 (діагностичне) – 1,5 бала.** ТОВ "Мет-Альянс" займається виготовленням готових металевих виробів. Дані щодо результатів діяльності підприємства наведено у табл. 3.

Таблиця 3

**Результати діяльності ТОВ "Мет-Альянс"**

Показник	Минулий період	Звітний період
Обсяг реалізації продукції, тис. т	3 000	2500
Середнє ціна продукції, грн/т	7 500	10 000
Змінні витрати на виробництво продукції, тис. грн	5 250	8 000
Постійні витрати, грн/т	1 100	1 650

Дані щодо обсягів реалізації продукції підприємств конкурентів у звітному періоді наведені у табл. 4.

Таблиця 4

**Обсяг реалізації продукції підприємствами-конкурентами**

Підприємство-конкурент	Минулий період	Звітний період
ТОВ "Мет-Альянс"	3 000	2 500
Конкурент 1	15 000	17 500
Конкурент 2	9 000	8 500
Конкурент 3	5 000	4 000
Конкурент 4	1 200	1 500

## Продовження додатка А

1. Розрахуйте структуру ринку готових металевих виробів. Визначте ступінь монополізації та встановіть тип ринкової будови.

2. Розрахуйте еластичність продукції підприємства за ціною. Як зміниться обсяг реалізації продукції підприємства, якщо ціна скоротиться на 1 000 грн?

3. Визначте прибуток підприємства та його валову маржу. Встановіть економічну доцільність скорочення ціни готових металевих виробів на 1 000 грн.

**Завдання 4 (діагностичне) – 1,5 бала.** Підприємство X розглядає варіанти входу на декілька ринків (А і Б). У табл. 5 представлені дані щодо статистики входу і виходу підприємств на ці галузеві ринки.

Таблиця 5

### Вихідні дані

Показник	Ринок А	Ринок Б
Кількість підприємств, що було створено протягом року	125	300
Кількість підприємств, що було ліквідовано протягом року	80	50
Кількість підприємств на ринку на початок року	3 200	4 500
Кількість підприємств на ринку на кінець року	3 240	4 750
Обсяг реалізації продукції підприємствами, що були створено протягом року, млн грн	800	2 400
Загальна місткість ринку, млн грн	13 000	22 000

Проаналізувати обидва ринки за висотою бар'єрів входу/виходу. Обрати найбільш доцільний варіант для розширення економічної діяльності підприємства. Зробити висновки.

**Завдання 5 (евристичне) – 3 бали.** Ринок У може бути представлений трьома видами продукції: А, Б і В. Кожен з видів продукції на ринку представлений виробниками та продавцями. Дані щодо структури обсягів реалізації на кожному етапі ланцюга збуту наведено у табл. 6.

Таблиця 6

### Вихідні дані щодо структури ринку

Підприємство-конкурент	Вид продукції		
	А	Б	В
Виробники продукції			
Виробник 1	1 000	12 000	300
Виробник 2	2 500	5 500	75
Виробник 3	1 500	3 500	100
Виробник 4	1 750	9 000	125
Виробник 5	250	2 000	400
Оптові продавці			
Оптовик 1	3 000	6 000	50
Оптовик 2	500	5 000	250
Оптовик 3	1 500	3 000	500
Оптовик 4	750	10 000	100
Оптовик 5	1 250	8 000	100

У табл. 7 наведено дані щодо цих продуктів.

Таблиця 7

## Вихідні дані

Показник	Вид продукції		
	А	Б	В
Ціна на початок місяця, грн/од.	8 000	500	20 000
Ціна на кінець місяця, грн/од.	9 600	750	22 000
Обсяг реалізації на ринку за минулий місяць, тис. од.	6 500	38 000	1 200
Обсяг реалізації на ринку за поточний місяць, тис. од.	7 000	32 000	1 000

*Рівень 1.* Визначте ступінь монополізації кожного з елементів ланцюга збуту (виробництва, оптовика та роздрібні продавці) згідно з чинним законодавством;

*Рівень 2.* Розрахувати пряму еластичність продукції за ціною та перехресну еластичність продукту А. Як зміниться попит на кожен з видів продукції, якщо ціна на продукт А скоротиться на 5 %?

*Рівень 3.* Зробіть висновки щодо типу ринкової структури, його границь. Визначте головні ознаки, що притаманні визначеному типу ринку.

*Затверджено на засіданні кафедри економіки підприємства та менеджменту Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця.*

Протокол № \_\_\_\_\_ від "\_\_\_\_" \_\_\_\_\_ 20\_\_ року

Зав. кафедри \_\_\_\_\_ Викладач \_\_\_\_\_

## Зміст

Вступ.....	3
1. Опис навчальної дисципліни .....	4
2. Мета та завдання навчальної дисципліни .....	5
3. Програма навчальної дисципліни .....	13
4. Структура навчальної дисципліни.....	18
5. Теми семінарських занять .....	19
6. Теми практичних занять .....	20
6.1. Приклади типових практичних завдань за темами .....	23
7. Самостійна робота.....	40
7.1. Контрольні запитання для самодіагностики .....	42
8. Індивідуально-консультативна робота .....	47
9. Методи навчання .....	47
10. Методи контролю .....	49
11. Розподіл балів, які отримують студенти .....	52
12. Рекомендована література.....	58
12.1. Основна .....	58
12.2. Додаткова.....	59
12.3. Інформаційні ресурси .....	59
12.4. Методичне забезпечення .....	60
Додатки.....	61

НАВЧАЛЬНЕ ВИДАННЯ

**Робоча програма  
навчальної дисципліни  
"АНАЛІЗ РИНКІВ"  
для студентів напряму підготовки  
6.030504 "Економіка підприємства"  
денної форми навчання**

*Самостійне електронне текстове мережне видання*

Укладачі: **Афанасьєв** Микола Васильович  
**Салашенко** Тетяна Ігорівна

Відповідальний за випуск *Д. В. Шиян*

Редактор *О. Г. Лященко*

Коректор *О. Г. Лященко*

План 2016 р. Поз. № 280 ЕВ. Обсяг 69 с.

---

Видавець і виготівник – ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 61166, м. Харків, просп. Науки, 9-А

---

*Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи до Державного реєстру  
ДК № 4853 від 20.02.2015 р.*