

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Донецький національний університет економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського

Кафедра підприємництва та торгівлі

О.Є. Бавико

ДОСЛІДЖЕННЯ РЕГІОНАЛЬНИХ РИНКІВ

Методичні рекомендації для вивчення дисципліни

Затверджено на засіданні
кафедри підприємництва і торгівлі
Протокол № 13
від 15 березня 2017 р.

Схвалено навчально-методичною радою
ДонНУЕТ
Протокол № 7
від «30» квітня 2017 р.

**Кривий Ріг
2017**

УДК 378.147

ББК 65.428я73

Б 13

Бавико О.Є.

Б 13 Дослідження регіональних ринків [Текст] : метод. рек. до вивч. дисц. / О.Є. Бавико; Донец. нац. ун-т економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського, каф. підприємництва та торгівлі. – Кривий Ріг: ДонНУЕТ, 2017. – 27 с.

Методичні рекомендації призначені для студентів, які навчаються за освітньо-науковою програмою «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність», ступінь «Доктор філософії», і покликані допомогти студентам організувати вивчення дисципліни «Дослідження регіональних ринків» завдяки інформації щодо змісту модулів та тем дисципліни, планів семінарських занять, завдань для самостійного вивчення та розподілу балів за видами робіт, що виконуються студентами протягом вивчення дисципліни. Методичні рекомендації містять перелік питань для підготовки до підсумкового контролю та перелік основної та додаткової літератури.

© Бавико О.Є., 2017

© Донецький національний університет економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського, 2017

ЗМІСТ

ВСТУП.....	4
ЧАСТИНА 1. МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ З ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ.....	5
ЧАСТИНА 2. МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ З ПІДГОТОВКИ ДО ПРАКТИЧНИХ ТА СЕМІНАРСЬКИХ ЗАНЯТЬ.....	15
Змістовий модуль 1. Теоретико-методологічні основи дослідження регіональних ринків.....	15
Змістовий модуль 2. Концепція дослідження регіональних ринків.....	16
Змістовний модуль 3. Дослідження кон'юнктури, конкурентного середовища та динаміки регіональних ринків.....	18
ЧАСТИНА 3. МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ З ОРГАНІЗАЦІЇ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ СТУДЕНТІВ.....	20
Змістовий модуль 1. Теоретико-методологічні основи дослідження регіональних ринків.....	20
Змістовий модуль 2. Концепція дослідження регіональних ринків....	20
Змістовний модуль 3. Дослідження кон'юнктури, конкурентного середовища та динаміки регіональних ринків.....	24

ВСТУП

Ефективне використання геоелекономічного потенціалу України та її окремих регіонів в умовах глобалізації світогосподарської системи, вбачається можливим лише за умови входження до загальносвітових трендів організації ринкових відносин. Дослідження ринків, насамперед регіональних, виступає інваріантною основою стратегічного управління діяльністю економічних суб'єктів на всіх рівнях суспільно-економічної організації.

Метою вивчення дисципліни є набуття знань та навичок з теоретико-методологічних, методичних, технологічних і змістовних аспектів організації та виконання досліджень регіональних ринків; формування уявлення про можливість використання результатів досліджень ринку для прийняття ефективних організаційних та виробничих рішень.

Завдання:

- розкриття можливостей використання досліджень регіональних ринків в господарській діяльності підприємства для підвищення його конкурентоспроможності;
- висвітлення особливостей здійснення досліджень регіональних ринків залежно від їх цілей та напрямів;
- формування уявлень про комплекс спеціальних методів та технологій, що використовуються при виконанні досліджень регіональних ринків;
- навчання використання результатів досліджень регіональних ринків для підвищення ефективності прийняття управлінських рішень;
- оволодіння студентами сучасною теорією і практичним інструментарієм ринкових досліджень, вміннями застосовувати їх у науковій та практичній діяльності.

ЧАСТИНА 1.
МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ З ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

1. Опис дисципліни

Найменування показників	Характеристика дисципліни
Семестр	1
Кількість кредитів	6
Загальна кількість годин	180
Кількість модулів	3
Лекції, годин	54
Практичні / семінарські, годин	16
Лабораторні, годин	-
Самостійна робота, годин	110
Тижневих годин для денної форми навчання:	
аудиторних	4
самостійної роботи студента	6,7
Вид контролю	Екзамен

2. Мета та завдання дисципліни

Мета: набуття знань та навичок з теоретико-методологічних, методичних, технологічних і змістовних аспектів організації та виконання досліджень регіональних ринків; формування уявлення про можливості використання результатів досліджень ринку для прийняття ефективних організаційних та виробничих рішень.

Завдання:

- розкриття можливостей використання досліджень регіональних ринків в господарській діяльності підприємства для підвищення його конкурентоспроможності;
- висвітлення особливостей здійснення досліджень регіональних ринків залежно від їх цілей та напрямів;
- формування уявлень про комплекс спеціальних методів та технологій, що використовуються при виконанні досліджень регіональних ринків;
- навчання використанню результатів досліджень регіональних ринків для підвищення ефективності прийняття управлінських рішень;
- оволодіння студентами сучасною теорією і практичним інструментарієм ринкових досліджень, вміннями застосовувати їх у науковій та практичній діяльності.

3. Структура дисципліни

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин				
	усього	у тому числі			
		л	п/с	лаб.	срс
1	2	3	4	5	6
Змістовий модуль 1. Теоретико-методологічні основи дослідження регіональних ринків					
Тема 1. Теоретичні основи регіональної економіки	22	6	2		14
Тема 2. Генезис регіонально-економічної думки	24	8	2		14
Разом за змістовим модулем 1	46	14	4		28
Змістовий модуль 2. Концепція дослідження регіональних ринків					
Тема 3. Сутність, ознаки та види ринків	22	6	2		14
Тема 4. Зміст і види досліджень регіональних ринків	21	6	2		13
Тема 5. Інформаційне забезпечення маркетингових досліджень	23	8	2		13
Разом за змістовим модулем 2	66	20	6		40
Змістовий модуль 3. Дослідження кон'юнктури, конкурентного середовища та динаміки регіональних ринків					
Тема 6. Дослідження кон'юнктури регіональних ринків	22	6	2		14
Тема 7. Дослідження конкурентного середовища і конкурентів	22	6	2		14
Тема 8. Дослідження динаміки і стійкості розвитку регіональних ринків	24	8	2		14
Разом за змістовим модулем 3	68	20	6		42
Усього годин	180	54	16		110

4. Темі семінарських/практичних/лабораторних занять

№ з/п	Вид та тема заняття	Кількість годин
1	Семінар – розгорнута бесіда Сутність, ознаки та види регіональних ринків	2
2	Семінар запитань і відповідей Сутність поняття а завдання дисципліни «Дослідження регіональних ринків»	2
3	Семінар – дискусія Місце маркетингу в дослідження регіональних ринків	2
4	Семінар з виконанням дослідницьких завдань Інформаційна складова дослідження регіональних ринків	2
5	Семінар – з виконанням дослідницьких завдань Дослідження місткості регіональних ринків та їх сегментація	2

6	Семінар – з виконанням дослідницьких завдань Дослідження кон'юнктури регіональних ринків	2
7	Семінар з виконанням дослідницьких завдань Дослідження конкурентного середовища і конкурентів	2
8	Семінар з виконанням дослідницьких завдань Дослідження динаміки і стійкості розвитку регіональних ринків	2

5. Індивідуальні завдання

1. Огляд періодичної і монографічної спеціально-наукової літератури.
2. Підготовка рефератів, доповідей за обраною темою.
3. Добір результатів досліджень за темою дипломної роботи.
4. Підготовка тез доповідей з метою виступу на університетських, всеукраїнських та міжнародних семінарах та конференціях.

6. Обсяги, зміст та засоби діагностики самостійної роботи

Вид та тема занять	Кількість годин самостійної роботи	Зміст самостійної роботи	Засоби діагностики
Змістовий модуль 1.			
Семінар – розгорнута бесіда Сутність, ознаки та види регіональних ринків	14	1. Опрацювання конспекту лекцій та рекомендованої літератури [1, 2, 4, 8-12]. 2. Самотестування. 3. Підготовка до презентації доповіді.	Тестування, обговорення питань лекції, заслуховування та обговорення доповідей
Семінар запитань і відповідей Сутність поняття а завдання дисципліни «Дослідження регіональних ринків»	14	1. Опрацювання конспекту лекцій та рекомендованої літератури для обговорення питань плану семінарського заняття [2, 3, 6-9] 2. Підготовка до понятійного диктанту.	Тестування, фронтальне та індивідуальне опитування, понятійний диктант
Разом змістовий модуль 1	28		

Змістовий модуль 2.			
Семінар – дискусія Місце маркетингу в дослідження регіональних ринків	14	1. Опрацювання конспекту лекцій та рекомендованої літератури для обговорення питань плану семінарського заняття [2, 6]. 2. Самотестування. 3. Виконання завдань. 4. Підготовка до презентації доповіді.	Тестування, участь у дискусії, заслуховування та обговорення доповідей
Семінар з виконанням дослідницьких завдань Інформаційна складова дослідження регіональних ринків	13	1. Опрацювання конспекту лекцій та рекомендованої літератури для обговорення питань плану семінарського заняття [2, 7, 11, 14]. 2. Виконання завдань. 3. Самотестування.	Тестування, фронтальне та індивідуальне опитування, розв'язання практичних завдань
Семінар – з виконанням дослідницьких завдань Дослідження місткості регіональних ринків та їх сегментація	13	1.Опрацювання конспекту лекцій та рекомендованої літератури для обговорення питань плану семінарського заняття [2, 4, 7, 16-19]. 2.Виконання завдань. 3. Самотестування.	Тестування, участь у дискусії
Разом змістовий модуль 2	40		
Змістовий модуль 3.			
Семінар – з виконанням дослідницьких завдань Дослідження кон'юнктури регіональних ринків	14	1.Опрацювання конспекту лекцій та рекомендованої літератури для обговорення питань плану семінарського заняття [7, 8, 9, 11-15]. 2.Виконання завдань 3. Самотестування. 4. Підготовка до презентації доповіді.	Тестування, участь у дискусії, заслуховування та обговорення доповідей
Семінар з виконанням дослідницьких завдань Дослідження конкурентного середовища і конкурентів	14	1. Опрацювання конспекту лекцій та рекомендованої літератури для обговорення питань плану семінарського заняття [7, 8]. 2. Виконання завдань. 3. Самотестування.	Тестування, фронтальне та індивідуальне опитування, відповіді на завдання

Семінар з виконанням дослідницьких завдань Дослідження динаміки і стійкості розвитку регіональних ринків	14	1. Опрацювання конспекту лекцій та рекомендованої літератури для обговорення питань плану семінарського заняття [1, 11]. 2. Самотестування.	Тестування, фронтальне та індивідуальне опитування
Разом змістовий модуль 3	42		
Разом	110		

7. Результати навчання

1.	Знання інституційних засад ринкової економіки
2.	Розуміння тенденцій та напрямів еволюції ринкових відносин
3.	Знання особливостей формування і функціонування регіональних ринків
4.	Розуміння змісту і логіки формування регіональних ринків
5.	Знання інструментів регулювання й принципів формування регіональних ринків
6.	Уміння проводити аналіз складових регіонального ринку, визначати його кон'юнктуру та основні напрями розвитку
7.	Уміння досліджувати, розробляти та застосовувати маркетингові інструменти та механізми впливу на ринок та просування продукції на ринку
8.	Володіння методологією прийняття і реалізації стратегічних рішень щодо ринкової поведінки суб'єктів економічної діяльності
9.	Уміння планувати стратегічні, тактичні та операційні заходи щодо пристосування економічних агентів до кон'юнктури регіональних ринків

8. Форми навчання

Лекції, семінарські заняття, самостійна робота (підготовка презентацій, рефератів, самостійно опрацювання додаткових питань за наведеним переліком літератури).

9. Методи оцінювання

Поточне оцінювання на семінарських заняттях, модульні контрольні роботи, екзамен.

10. Розподіл балів, які отримують студенти

Відповідно до системи оцінювання знань студентів ДонНУЕТ, рівень сформованості компетентностей студента оцінюються у випадку проведення екзамену: на протязі семестру (50 балів) та при проведенні підсумкового контролю - екзамену (50 балів).

Оцінювання протягом семестру

№ теми практичного заняття	Вид роботи/бали					
	Тестові завдання	Задачі, завдання, кейси тощо	Обговорення теоретичних питань теми	Індиві- дуальне завдання	ПМК	Сума балів
Змістовий модуль 1						
Тема 1	2		3			5
Тема 2	2		3			5
Разом змістовий модуль 1	4		6			10
Змістовий модуль 2						
Тема 3	2		3			5
Тема 4	2		3			5
Тема 5	2		3			5
Разом змістовий модуль 2	6		9			15
Змістовий модуль 3						
Тема 4	2		3			5
Тема 5	2		3			5
Тема 6	2		3			5
Разом змістовий модуль 3	6		9	10		15
Разом	16		24	10		50

Оцінювання студентів при проведенні екзамену з використанням комп'ютерної програми «TestXPro»

Оцінка на підсумковому контролі складається з двох елементів:
0-40 балів - теоретична частина (тестування);
0-10 балів – практична частина (розрахункове завдання).

Набрані бали за виконання теоретичної та практичної частин сумуються. Сума складає загальну кількість балів, отриманих за екзамен.

Теоретична частина екзамену включає тестові завдання (40 тестових завдань).

Оцінювання тестових завдань (40 тестових завдань по 1 балу) проводиться на основі інформації, яку надає комп'ютер за результатами тестування (кількість правильних відповідей). Правильна відповідь на одне тестове завдання оцінюється в один бал.

Загальне оцінювання теоретичної частини екзамену відбувається шляхом підбиття підсумку або сумування балів, які набрали студенти під час тестування.

Оцінювання результатів виконання практичної частини (1 розрахункове завдання на 10 балів) здійснюється відповідно до шкали оцінювання практичної частини.

Шкала оцінювання практичної частини

Сума балів	Критерії оцінювання
10	Завдання виконано у повному обсязі, відповідь обґрунтована, висновки і пропозиції аргументовані, розрахунки правильні, оформлення відповідає вимогам
7	Завдання виконано у повному обсязі, але допущено незначні неточності в розрахунках або оформленні, прийняті рішення недостатньо аргументовані
4	Завдання виконано не менше ніж на 70% при правильному оформленні або не менше ніж на 80%, якщо допущені незначні помилки в розрахунках чи оформленні
0-3	Завдання виконано менше ніж на 70%, допущені помилки в розрахунках чи оформленні, прийняте рішення не аргументовано

Оцінювання студентів при проведенні екзамену без використання комп'ютерної програми «MyTest»

Оцінка на підсумковому контролі складається з двох елементів:

0-40 балів – теоретична частина (тестування);

0-10 балів – практична частина (розрахункове завдання).

Набрані бали за виконання теоретичної та практичної частин сумуються. Сума складає загальну кількість балів, отриманих за екзамен.

Теоретична частина екзамену включає тестові завдання (40 тестових завдань).

Оцінювання тестових завдань (40 тестових завдань по 1 балу) проводиться на основі інформації, яку надає комп'ютер за результатами тестування (кількість правильних відповідей). Правильна відповідь на одне тестове завдання оцінюється в один бал.

Загальне оцінювання теоретичної частини екзамену відбувається шляхом підбиття підсумку або сумування балів, які набрали студенти під час тестування.

Оцінювання результатів виконання практичної частини (1 ситуаційне завдання на 10 балів) здійснюється відповідно до шкали оцінювання практичної частини.

Шкала оцінювання практичної частини

Сума балів	Критерії оцінювання
10	Завдання виконано у повному обсязі, відповідь обґрунтована, висновки і пропозиції аргументовані, розрахунки правильні, оформлення відповідає вимогам
7	Завдання виконано у повному обсязі, але допущено незначні неточності в розрахунках або оформленні, прийняті рішення недостатньо аргументовані
4	Завдання виконано не менше ніж на 70% при правильному оформленні або не менше ніж на 80%, якщо допущені незначні помилки в розрахунках чи оформленні
0-3	Завдання виконано менше ніж на 70%, допущені помилки в розрахунках чи оформленні, прийняте рішення не аргументовано

Загальне оцінювання результатів вивчення дисципліни

Для виставлення підсумкової оцінки визначається сума балів, отриманих за результатами екзамену та за результатами складання змістових модулів. Оцінювання здійснюється за допомогою шкали оцінювання загальних результатів вивчення дисципліни (модулю).

Оцінка		
100-бальна шкала	Шкала ECTS	Національна шкала
90-100	A	5, «відмінно»
80-89	B	4, «добре»
75-79	C	
70-74	D	
60-69	E	3, «задовільно»
59-30	FX	2, «незадовільно»
0-29	F	

11. Методичне забезпечення

1. Конспект лекцій.
2. Методичні вказівки до вивчення дисципліни.
3. Комплекти індивідуальних завдань.
4. Навчальна та наукова література, нормативні документи.

12. Рекомендована література

Основна

1. Старостіна А.О. Маркетингові дослідження національних і міжнародних ринків: Підручник. К.: ТОВ «Лазарит-Поліграф», 2012. – 250 с.
2. Сонько С. П. Ринок і регіоналістика: навч.пос. Київ: Ніка Центр, Ельга, 2002. – 320 с.
3. Новоселов А.С. Теория региональных рынков: Учебник. Ростов-на-Дону: Феникс, 2002. – 390 с.
4. Оболенцева Л. В Кон'юнктурні дослідження галузевого ринку: підручник. Харк. нац. акад. міськ. госп-ва. – Х.: ХНАМГ, 2010. – 320 с.
5. Решетілова Т.Б. Маркетингові дослідження: підручник. Дніпропетровськ: НГУ, 2015. – 430 с.
6. Бавико О.Є. Регіональна економіка: конспект лекцій Херсон: МУБІП, 2014. – 200 с.
7. Качан Є. П. Регіональна економіка: підручник К.: Знання, 2011. – 390 с.

Допоміжна

1. Оболенцева Л. В. Кон'юнктурні дослідження галузевого ринку: підручник / Л. В. Оболенцева; Харк. нац. акад. міськ. госп-ва. – Х. : ХНАМГ, 2010. – 249 с.
2. Серова І. А. Дослідження і прогнозування економічної кон'юнктури: конспект лекцій / І. А. Серова, Т. С. Мирна. – Харків : Вид. ХНЕУ, 2008. – 92 с.
3. Жук М. В. Регіональна економіка. Підручник. К.: Знання, 2008.-416с.
4. Заблоцький Богдан Федорович. Регіональна економіка: навч. посібник. – Л. : Новий Світ-2000, 2008. - 545с.
5. Антошкіна Лідія Іванівна, Шульга Жанна Олександрівна. Регіональна економіка: навч.-метод. посібник:для студ. ВНЗ. - Донецьк : Юго-Восток, 2008. - 231с.
6. Гіковата Надія Костянтинівна, Шумська Ганна Миколаївна. Регіональна економіка: конспект лекцій / Харківський національний ун-т економічний ун-т. – Х. : ХНЕУ, 2008. — 124с.
7. Дідківська Л.І., Головка Л.С. Державне регулювання економіки Навч. посіб. - 6-те вид., випр. і доп. - К.: Знання, 2007. - 214 с.
8. Швайка Л. А. Державне регулювання економіки Навч. посіб. – К.: Знання, 2006. – 435 с.
9. Стеченко Д.М. Державне регулювання економіки Навч. посіб. – 3-те вид., випр. – К.: Знання, 2006. – 262 с.
10. Богорад О. Д., Невелєв О. М., Падалка В. М., Підмогильний М. В. Регіональна економіка: Словник-довідник / НДІ соціально-економічних проблем міста (НДІСЕП). – К. : НДІСЕП, 2004. – 346с.
11. Стеценко Т.О. Аналіз регіональної економіки. Навчальний посібник. Київ: КНЕУ, 2002, 116 с.

12. Стеченко Д.М. Розміщення продуктивних сил і регіоналістика: Навчальний посібник. – К.: Вікар, 2001. – 371с.
13. Єпіфанов А.О., Сало І.В. Регіональна економіка. Навчальний посібник. – К.: Наукова думка, 2000. – 339с.
14. Попов Р. Региональный менеджмент. Учебник. – Краснодар: Советская Кубань, 2000. – 384с.

Інформаційні ресурси

1. Офіційний сайт Міністерства регіонального розвитку, будівництва та житлово-комунального господарства України [Електронний ресурс] // Режим доступу: <http://www.minregion.gov.ua>.
2. Офіційний сайт Міністерства економічного розвитку і торгівлі України [Електронний ресурс] // Режим доступу: <http://www.me.gov.ua>.
3. Офіційний сайт Кабінету міністрів України [Електронний ресурс] // Режим доступу: <http://www.kmu.gov.ua>.
4. Офіційний сайт Верховної Ради України [Електронний ресурс] // Режим доступу: <http://www.rada.gov.ua>.
5. Офіційне інтернет-представництво Президента України [Електронний ресурс] // Режим доступу: <http://www.president.gov.ua>.
6. Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс] // Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.

ЧАСТИНА 2.
МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ З ПІДГОТОВКИ ДО
СЕМІНАРСЬКИХ ЗАНЯТЬ

Змістовий модуль 1.
Теоретико-методологічні основи дослідження регіональних ринків

Тема 1. Сутність, ознаки та види регіональних ринків
Семінар – розгорнута бесіда

План заняття:

1. Розгорнуте обговорення у формі бесіди основних положень теми та питань самостійного вивчення:

1.1. Теоретико-методичні аспекти визначення сутності поняття регіональний ринок.

1.2. Учасники регіональних ринків.

1.3. Структура, функції та види регіональних ринків.

1.4. Підходи до вивчення регіональних ринків.

2. Індивідуальне тестування.

3. Презентація доповідей з використанням мультимедійного візуального супроводження.

Тема 2. Сутність поняття а завдання дисципліни «Дослідження
регіональних ринків»
Семінар запитань і відповідей

План заняття:

1. Фронтальне та індивідуальне опитування за основними положеннями теми та питаннями самостійного вивчення:

2.1. Сутнісно-змістовна основа дослідження регіональних ринків.

2.2. Історичний аспект виникнення та розвитку «дослідження регіональних ринків»

2.3. Мета, завдання, структура та класифікація досліджень регіональних ринків.

2.4. Основні методи та принципи організації досліджень регіональних ринків.

2. Понятійний диктант.

Змістовий модуль 2.
Концепція дослідження регіональних ринків

Тема 3. Місце маркетингу в дослідженнях регіональних ринків

Семінар – дискусія

План заняття:

1. Дискусійне обговорення основних положень теми та питань самостійного вивчення:

3.1. Маркетингова діяльність: сутність, функції, сфери застосування в дослідженнях регіональних ринків.

3.2. Класифікація маркетингових досліджень регіональних ринків.

3.3. Моделі підпорядкованості підрозділу (підрозділів) маркетингових досліджень.

3.4. Основні принципи організації досліджень регіональних ринків.

2. Індивідуальне тестування.

3. Презентація доповідей з використанням мультимедійного візуального супроводження.

Тема 4. Інформаційна складова дослідження регіональних ринків Семінар з виконанням дослідницьких завдань

План заняття:

1. Обговорення основних положень теми та питань самостійного вивчення:

4.1. Сутність, види та принципи ринкової інформації у розрізі регіональних ринків.

4.2. Носії і джерела регіональної ринкової інформації.

4.3. Методи збору регіональної ринкової інформації (первинної та вторинної).

4.4. Місце інформації в процесі визначення ринкової стратегії.

2. Презентація та обговорення результатів наукових досліджень з використанням мультимедійного візуального супроводження.

Тема 5. Дослідження місткості регіональних ринків та їх сегментація Семінар з виконанням дослідницьких завдань

План заняття:

1. Обговорення основних положень теми та питань самостійного вивчення:

5.1. Сутність та поняття місткості регіонального ринку.

5.2. Види місткості регіонального ринку.

5.3. Методи визначення місткості регіонального ринку.

5.4. Сегментація регіонального ринку.

5.5. Дослідження попиту та пропозиції як важливого елемента вивчення місткості регіонального ринку.

2. Презентація та обговорення результатів наукових досліджень з використанням мультимедійного візуального супроводження.

Змістовний модуль 3.

Дослідження кон'юнктури, конкурентного середовища та динаміки регіональних ринків

Тема 6. Дослідження кон'юнктури регіональних ринків Семінар з виконанням дослідницьких завдань

План заняття:

- 1. Обговорення основних положень теми та питань самостійного вивчення:*
 - 6.1. Кон'юнктура регіонального ринку та класифікація її видів.
 - 6.2. Сутність і завдання кон'юнктурних досліджень.
 - 6.3. Послідовність дослідження кон'юнктури регіонального ринку.
 - 6.4. Характеристика кон'юнктурних показників регіонального ринку.
 - 6.5. Прогнозування кон'юнктури регіонального ринку.
- 2. Презентація та обговорення результатів наукових досліджень з використанням мультимедійного візуального супроводження.*

Тема 7. Дослідження конкурентного середовища і конкурентів Семінар з виконанням дослідницьких завдань

План заняття:

- 1. Обговорення основних положень теми та питань самостійного вивчення:*
 - 7.1. Сутність конкуренції, її типологія та прояви на рівні регіональних ринків.
 - 7.2. Поняття конкурентного аналізу, його цілі та завдання у процесі дослідження регіональних ринків.
 - 7.3. Значення асортиментної політики в конкурентному аналізі регіональних ринків.
 - 7.4. Аналіз конкурентних стратегій відносно регіонального ринку.
 - 7.5. Бенчмаркінг та інноваційна політика як інструменти визначення конкурентоспроможності на регіональному ринку.
- 2. Презентація та обговорення результатів наукових досліджень з використанням мультимедійного візуального супроводження.*

Тема 8. Дослідження динаміки і стійкості розвитку регіональних ринків
Семінар з виконанням дослідницьких завдань

План заняття:

- 1. Обговорення основних положень теми та питань самостійного вивчення:*
 - 8.1. Аналіз динаміки, стійкості та коливання регіонального ринку: основні поняття та завдання.
 - 8.2. Основні методи прогнозування розвитку регіональних ринків.
 - 8.3. Оцінка та аналіз циклічності й сезонності регіональних ринків.
 - 8.4. Аналіз факторів, що обумовлюють стан і розвиток регіональних ринків.
- 2. Презентація та обговорення результатів наукових досліджень з використанням мультимедійного візуального супроводження.*

ЧАСТИНА 3.

МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ З ОРГАНІЗАЦІЇ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ СТУДЕНТІВ

Змістовий модуль 1.

Теоретико-методологічні основи дослідження регіональних ринків

Тема 1. Теоретичні основи регіональної економіки

Форми контролю: усне опитування, доповіді.

Завдання для самостійної роботи:

1. Опрацюйте конспект лекцій та рекомендовану літературу для обговорення теоретичних питань теми на семінарському занятті.
2. Самостійно опрацюйте питання:
 - 1) «Невидима рука» ринку та її вплив на поведінку економічних суб'єктів;
 - 2) Адміністративні та економічні кордони регіональних ринків;
 - 3) Засоби впливу на ринок та їх види;
 - 4) Адміністративне регулювання ринку – руйнація чи оптимізація ринкових відносин?

Тема 2. Сутність поняття та завдання дисципліни «Дослідження регіональних ринків»

Форми контролю: усне опитування, доповіді.

Завдання для самостійної роботи:

1. Опрацюйте конспект лекцій та рекомендовану літературу для обговорення теоретичних питань теми на семінарському занятті.
2. Самостійно опрацюйте питання:
 - 1) Основні принципи дослідження регіональних ринків;
 - 2) Первинні дослідження і дослідження зворотного зв'язку;
 - 3) Комерційні та некомерційні дослідження регіональних ринків;
 - 4) Достовірність результатів досліджень регіональних ринків.

Змістовий модуль 2.

Концепція дослідження регіональних ринків

Тема 3. Місце маркетингу в дослідженнях регіональних ринків

Форми контролю: усне опитування, тестування.

Завдання для самостійної роботи:

1. Опрацюйте конспект лекцій та рекомендовану літературу для обговорення теоретичних питань теми на семінарському занятті.

2. Самостійно опрацюйте питання:

1) Сучасний інструментарій маркетингу в дослідженнях регіональних ринків;

2) Маркетингові стратегії регіональних гравців.

3. Вирішіть тестові завдання з однією правильною відповіддю:

1. *Вихідним моментом процесу маркетингових досліджень є:*

а) формулювання цілей та завдань маркетингових досліджень;

б) визначення проблеми;

в) збирання та систематизація інформації.

2. *Двоєдиною метою маркетингу є:*

а) орієнтація на прибуток і конкурентні переваги підприємства;

б) задоволення потреб споживачів і забезпечення прибутку підприємства;

в) задоволення потреб споживачів і забезпечення перемоги в конкурентній боротьбі.

3. *Найважливішою передумовою успішного маркетингу є:*

а) вивчення і формування споживчих запитів та переваг;

б) організація відділу маркетингу;

в) організація та планування ефективної системи збуту.

4. *Використання виробничої концепції маркетингу можливе на ринку, де:*

а) попит перевищує пропонування;

б) пропонування перевищує попит;

в) співвідношення попиту і пропонування не має жодного значення.

5. *Уявлення про те, що товари «продаватимуть себе самі», властиве такій концепції маркетингу:*

а) виробничій;

б) товарній;

в) збутовій.

6. *Ринковим орієнтиром сучасної концепції маркетингу є:*

а) попит;

б) запити;

в) потреби.

7. *Основним центром уваги сучасної концепції маркетингу є система:*

а) «виробництво-збут»;

б) «виробництво-ринок»;

в) «підприємство-ринок».

8. *Термін «передекономічне походження потреб» означає те, що вони:*

а) не залежать від природи людини;

б) визначаються природою людини;

в) залежать від волі чи бажання підприємця.

9. *Підприємець не може вплинути на потреби:*

а) активні;

- б) стимульовані;
- в) рефлекторні.

Тема 4. Інформаційна складова дослідження регіональних ринків

Форми контролю: усне опитування, тестування.

Завдання для самостійної роботи:

1. Опрацюйте конспект лекцій та рекомендовану літературу для обговорення теоретичних питань теми на семінарському занятті.

2. Самостійно опрацюйте питання:

1) Технологія експерименту як засіб збору інформації.

3. Вирішіть тестові завдання з однією правильною відповіддю:

1. Вихідним моментом процесу маркетингових досліджень є:

а) формулювання цілей та завдань маркетингових досліджень;

б) визначення проблеми;

в) збирання та систематизація інформації.

2. Швидкість збирання інформації, невисока вартість, відносна простота це переваги:

а) кабінетних досліджень;

б) польових досліджень;

в) панельних досліджень.

3. У процесі маркетингових досліджень найбільше часу і коштів витрачається на етапі:

а) аналізу інформації;

б) збирання та систематизації інформації;

в) визначення проблеми.

4. Для прийняття стратегічних рішень із стратегічних напрямків розвитку підприємства можуть створюватись:

а) тимчасові консультативні групи;

б) венчурні групи;

в) проблемні групи.

5. Найціннішою для маркетингових досліджень є інформація:

а) первинна;

б) вторинна;

в) макропланова.

6. Можливість аналізу неусвідомленої поведінки об'єкта дослідження забезпечує:

а) опитування;

б) спостереження;

в) моделювання.

7. *Найбільш швидко можна провести опитування за допомогою:*
- а) поштових відправлень;
 - б) особистих контактів;
 - в) телефонних дзвінків.
8. *Скільки підсистем налічують маркетингові інформаційні системи?*
- А. Три.
 - Б. Чотири.
 - В. Шість.
9. *Який метод маркетингових досліджень використовується за недостатності інформації або неможливості її збирання та узагальнення?*
- А. Метод ділових контактів.
 - Б. Метод фокус-груп.
 - В. Метод пробного продажу.
10. *З чого починають збирання інформації?*
- А. Зі збору первинної інформації.
 - Б. Зі збору вторинної інформації.
 - В. З опитувань споживачів.
11. *Що являє собою експеримент як метод збирання інформації?*
- А. Вивчення і фіксування поведінки суб'єктів.
 - Б. Відтворення дії маркетингових чинників за допомогою математичних моделей.
 - В. Одержання інформації про взаємозв'язки між залежними і незалежними змінними.

Тема 5. Дослідження місткості регіональних ринків та їх сегментація

Форми контролю: усне опитування, тестування.

Завдання для самостійної роботи:

1. Опрацюйте конспект лекцій та рекомендовану літературу для обговорення теоретичних питань теми на семінарському занятті.
 2. Самостійно опрацюйте питання:
 - 1) Динаміка обсягів ринку товарів та послуг за вибором.
 3. Вирішіть тестові завдання з однією правильною відповіддю:
1. *Обсяги продажу товарів у даний час конкретній групі споживачів — це:*
- а) реальна місткість ринку;
 - б) потенційна місткість ринку;
 - в) ринковий потенціал.
2. *Для визначення місткості ринку може бути використане:*
- а) ринкове сегментування;
 - б) ринкове агрегування;
 - в) обидва названі вище підходи.

3. Місткість ринку — це величина:

- а) постійна;
- б) змінна;
- в) не прогнозована.

4. Що саме розраховують за формулою $Q = \sum_{i=1}^n n_i q_i p_i$?

- А. Потенційну місткість ринку.
- Б. Реальну місткість ринку.
- В. Ринок проникнення.

Змістовний модуль 3.

Дослідження кон'юнктури, конкурентного середовища та динаміки регіональних ринків

Тема 6. Дослідження кон'юнктури регіональних ринків

Форми контролю: усне опитування, доповіді.

Завдання для самостійної роботи:

1. Опрацюйте конспект лекцій та рекомендовану літературу для обговорення теоретичних питань теми на семінарському занятті.
2. Самостійно опрацюйте питання:
 - 1) Система кон'юнктурних показників регіонального ринку.
 - 2) Основні вимоги до використання економічних показників у кон'юнктурному аналізі.
 - 3) Класифікація показників кон'юнктури регіонального ринку.
 - 4) Особливості розрахунку основних показників ринкової кон'юнктури.
 - 5) Ціни і цінові показники кон'юнктури.
 - 6) Попит і ціноутворення.
 - 7) Оцінювання потенціалу та основних пропорцій ринку.
 - 9) Методи кон'юнктурного оцінювання підприємницького ризику.

Тема 7. Дослідження конкурентного середовища і конкурентів

Форми контролю: усне опитування, тестування.

Завдання для самостійної роботи:

1. Опрацюйте конспект лекцій та рекомендовану літературу для обговорення теоретичних питань теми на семінарському занятті.
2. Самостійно опрацюйте питання:

1) Конкурентні стратегії підприємств за умов депресивності регіональної економіки.

3. Вирішіть тестові завдання з однією правильною відповіддю:

1. Згідно з теорією М. Портера конкурентне середовище формується взаємодією:

- а) чотирьох сил;
- б) п'яти сил;
- в) шести сил.

2. Конкуренція між різними товарами, які задовольняють ту саму потребу, називається:

- а) функціональною;
- б) предметною;
- в) видовою.

3. Конкуренція між ідентичними товарами має назву:

- а) функціональна;
- б) предметна;
- в) видова.

4. Маркетингова товарна політика включає:

- а) планування нових товарів, модифікування та обслуговування товарів;
- б) розроблення, модифікування та елімінування товарів;
- в) розроблення, обслуговування та елімінування товарів.

5. Концепція товару за Ф. Котлером включає:

- а) три рівні;
- б) чотири рівні;
- в) п'ять рівнів.

6. Згідно з концепцією життєвого циклу товару прибуток від його реалізації можливий на етапі:

- а) дослідження та розроблення товару;
- б) запровадження товару на ринок;
- в) розширення ринку збуту.

7. Концепцію конкурентоспроможності товару (K) у найзагальнішому вигляді можна виразити так:

- а) $K = \text{ціна споживання/споживчий ефект} \rightarrow \min$;
- б) $K = \text{ціна споживання/споживчий ефект} \rightarrow \max$;
- в) $K = \text{споживчий ефект/споживання} \rightarrow \min$.

Тема 8. Дослідження динаміки і стійкості розвитку регіональних ринків

Форми контролю: усне опитування, доповіді.

Завдання для самостійної роботи:

1. Опрацюйте конспект лекцій та рекомендовану літературу для обговорення теоретичних питань теми на семінарському занятті.
2. Самостійно опрацюйте питання:
 - 1) Організація розробки кон'юнктурних прогнозів.
 - 2) Порівняльний аналіз методів прогнозування: екстраполяції, експертних оцінок, економічного моделювання.
 - 3) Характеристика обробки даних з використанням моделі авторегресії та проінтегрованої ковзної середньої.
 - 4) Методика обробки даних з використанням аналізу розірваного динамічного ряду.
 - 5) Сезонна декомпозиція та спектральний аналіз в прогнозуванні динаміки регіональних ринків.

Навчальне видання

Бавико Олександр Євгенович, д.е.н., доцент

Кафедра підприємництва та торгівлі

ДОСЛІДЖЕННЯ РЕГІОНАЛЬНИХ РИНКІВ

Методичні рекомендації для вивчення дисципліни

Зведений план 2016 р., поз. № 116
Донецький національний університет економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського
50005, Дніпропетровська обл.,
м. Кривий Ріг, вул. Островського, 16.