**МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ З ПІДГОТОВКИ СТУДЕНТІВ ДО ПРАКТИЧНИХ (СЕМІНАРСЬКИХ) ЗАНЯТЬ З ДИСЦИПЛІНИ**

**«КОНКУРЕНЦІЯ В МІЖНАРОДНОМУ БІЗНЕСІ»**

**Практичне заняття 1.1**

**Конкуренція та міжнародна конкурентоспроможність**

**Мета заняття:** закріпити та перевірити знання загального визначення економічної сутності і функцій конкуренції.

**Завдання:**

* + закріпити знання конкурентних переваг підприємства;
  + з’ясувати механізм виникнення та особливості інноваційної конкуренції.

Література: [1]; [3]; [12].

**Методичні рекомендації до розв’язання задач**

**Задача**

Підприємство (А) за показниками обсягу реалізації, собівартості продукції і прибутку займає останнє місце на ринку серед основних конкурентів (табл. 1.1.1).

*Таблиця 1.1.1*

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Підприємства** | **Обсяг продажу, тис. т.** | **Собівартість од. продукції, грн** | **Ціна од. продукції, грн** | **Прибуток на од. продукції, грн.** |
| 1. А | 250 | 10 | 11 | 1 |
| 2. Б | 270 | 9,9 | 11 | 1,1 |
| 3. В | 300 | 9,8 | 11 | 1,2 |
| 4. Г | 350 | 9,6 | 11 | 1,4 |

Його позиція на ринку небезпечна і для зміцнення її потрібно упровадити нову технологію виробництва, яка створить передумови для зниження собівартості продукції і підвищення прибутковості. Капітальні витрати на придбання і встановлення нового обладнання за проектом становлять 1250 тис. грн.

Порівняльні показники базового і проектного варіантів підприємства (А) наведені в табл. 1.1.2.

*Таблиця 1.1.2*

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Показники** | **Од. виміру** | **База** | **Проект** | **Відхилення** | |
| **Абс.** | **Відносне,**  **%** |
| Обсяг виробництва | тис. т | 250 | 450 | 200 | 80 |
| Оптові ціни 1 т продукції | грн. | 11 | 10 | -1 | 9,1 |
| Собівартість  1 т продукції | грн. | 10 | 7,38 | -2,62 | 26,2 |
| Брак продукції | % | 5 | 1,5 | -3,5 | 3,5 |
| Витрати ел. енергії на 1 т продукції | кВт. год. | 10 | 5,2 | -4,8 | 48 |
| Витрати сировини на  1 т продукції | грн. | 1,1 | 1,01 | -0,09 | 8,2 |
| Ціна 1 т сировини | грн. | 8 | 8 | - | - |
| Частка умовно-постійних витрат у собівартості продукції | % | 20 | 12 | -8 | 8 |
| Тариф на 1 кВт. год. | грн. | 0,156 | 0,156 | - | - |

Розрахуйте проект впровадження нової технології виробництва та зробіть висновки про його доцільність.

**Розв’язання**

1. Розрахунок зменшення витрат на одиницю продукції за рахунок економії електроенергії:

ΔВел = (Нф – Нпр) \* tел = (10 – 5,2) \* 0,156 = 0,75 грн.

2. Розрахунок зменшення витрат на одиницю продукції за рахунок економії матеріалів:

ΔМ = (Нф – Нпр) \* Цм = (1,1 – 1,01) \* 8 = 0,72 грн.

3. Розрахунок економії від скорочення відсотку бракованої продукції:

(БРф – БРпр) (5 – 1,5)

ΔЕбр = \* СВф = \* 10 = 0,35 грн.

100 100

4. Розрахунок економії за рахунок скорочення умовно-постійних витрат:

(Вф – Впр) 20-12

ΔЕу-п = \* СВф = \* 10 = 0,8 грн.

100 100

5. Розрахунок загальної економії:

ΔЕз = ΔВел + ΔМ + ΔЕбр + ΔЕу-п = 0,75 + 0,72 + 0,35 +

+ 0,8 = 2,62 грн

6. Розрахунок собівартості продукції за проектом:

СВпр = СВф - ΔЕз = 10 – 2,62 = 7,38 грн.

*Розрахунок показників ефективності проекту упровадження нової технології.*

7. Розрахунок додаткового прибутку за рахунок збільшення обсягу обороту:

ΔПРоб = ΔО \* (Цф – СВф) = 200 \* (11 – 10) = 200 тис. грн.

8. Розрахунок додаткового прибутку за рахунок зниження собівартості продукції:

ΔПРсв = Опр \* (СВф – СВпр) = 450 \* (10 – 7,38) = 1179 тис. грн.

9. Розрахунок загального чистого прибутку:

ΔПРзч = ΔПроб + ΔПРсв - Σпод = (200 + 1179) \* 0,7 = 965,3 тис. грн.

10. Розрахунок додаткової річної амортизації:

ΔАр = КВ \* Намор = 1250 \* 0,15 = 187,5 тис. грн.

11. Розрахунок додаткового чистого грошового потоку:

ΔГПч = ΔПРзч + ΔАр = 965,3 + 187,5 = 1152,8 тис. грн.

12. Розрахунок терміну окупності інвестицій, вкладених у проект:

КВ 1250

ТОінв = = = 1,08 року

ΔГП 1152,8

Як видно з розрахунків, при реалізації проекту підприємство отримає переваги над конкурентами за рівнем витрат на виробництво, за обсягом обороту і прибутку та вийде на перше місце у своїй групі.

**Задача для самостійної роботи**

Використовуючи метод SWOT-аналізу, проаналізуйте конкурентні переваги, якими володіє реально діюче підприємство.

*Вихідні дані.* Припустимо, ініціативній групі – засновникам – удалося знайти мінімум необхідних коштів для організації авіакомпанії, оформити документи, пов’язані з його реєстрацією й одержати патент на вантажопасажирські перевезення.

Фазовий аналіз діяльності підприємства показав, що:

* на основі особистої енергії засновників сформоване керівництво компанії, що буде займатися подальшою роботою з організації й розвитку підприємства;
* знайдено необхідні приміщення й площі для розміщення устаткування, техніки, персоналу авіакомпанії, укладені всі необхідні договори щодо оренди;
* зроблено необхідний ремонт і попередньо підготовлено приміщення під конкретні потреби компанії;
* сформовано компетентний штат співробітників підприємства на основі конкурсного відбору й попереднього ознайомлення із завданнями майбутньої роботи;
* придбано необхідне устаткування, повністю підготовлено його до експлуатації;
* детально розроблено організаційний процес перевезення пасажирів і вантажів;
* з метою збільшення попиту на послуги авіакомпанії проведено рекламну кампанію силами маркетингових служб;
* виявлено ряд напрямів у роботі компанії, спрямованих на підвищення ефективності роботи основних підрозділів.

Головною стратегічною метою авіакомпанії, в умовах обмеженого стартового капіталу підприємства, є створення невеликого, але чітко й злагоджено діючого підприємства.

Компанія починає роботу в певному секторі ринку транспортних послуг, що буде найбільш оптимальним з урахуванням трьох основних факторів: вартість витрат, величина попиту й ступінь конкуренції. Основним фактором у роботі компанії буде забезпечення вимог безпеки польотів. Усі кошти для цього будуть вишукуватися насамперед. Наступним важливим принципом роботи є поліпшення обслуговування при збереженні цін на мінімально досяжному рівні, тобто одержання мінімального необхідного прибутку для покриття основних витрат.

Компанія має три невеликих літаки, які працюють на ближніх рейсах. Поблизу аеропорту й на його території беруться в оренду всі необхідні приміщення. У центрі міста планується відкрити представництво компанії. Відділ реклами через міські засоби інформації починає рекламну кампанію. У міру зростання оборотного капіталу планується розширити діяльність із виходом на міжнародні авіалінії (парк новітнього устаткування, наземної техніки, власний навчальний центр).

Попередня робота буде вестися в двох напрямах: періодичні пасажирські й вантажні рейси в певні пункти, індивідуальна робота з окремими клієнтами.

**Завдання**

Спробуйте виявити сильні й слабкі сторони даного підприємства й запропонуйте ряд конкурентних заходів щодо перетворення слабких сторін фірми в сильні з урахуванням можливостей і загроз зовнішнього середовища підприємства.

**Практичне заняття 1.2**

**Сутність і класифікація факторів забезпечення міжнародної**

**конкуренто­спроможності**

**Мета заняття:** визначення сутності та особливостей міжнародної конкуренції, міжнародної конкурентоспроможності підприємства та теоретичних основ її аналізу.

**Завдання:**

* визначити поняття конкурентоспроможності товару та методи її оцінки;
* виявити чинники формування міжнародної конкурентоспроможності підприємства.

Література: [6]; [8]; [10].

**Методичні рекомендації до розв’язання задач**

**Задача**

На ринку діють чотири фірми А, Б, В, Г, які реалізують однаковий товар. Розрахувати їх максимальні і мінімальні прибутки та визначити можливості фірми Г щодо покращення її позицій на ринку.

*Таблиця 1.2.1*

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Показники | Фірми-конкуренти | | | |
| А | Б | В | Г |
| 1. Обсяг реалізації товару, тис. т | 120 | 100 | 80 | 40 |
| 2. Собівартість 1 т продукції, грн | 700 | 800 | 860 | 870 |
| 3. Споживча ціна 1 т продукції, грн | 960 | 960 | 960 | 960 |
| 4. Ціна реалізації 1 т продукції фірмою, грн | 800 | 850 | 880 | 875 |
| 5. Максимальний прибуток від реалізації 1 т продукції, грн | 260 | 160 | 100 | 90 |
| 6. Мінімальний прибуток від реалізації 1 т продукції за ціною реалізації, грн | 100 | 50 | 20 | 5 |
| 7. загальний максимальний прибуток, млн. грн | 31,2 | 16 | 8 | 3,6 |
| 8. Прибуток за ціною реалізації (мінімальний), млн. грн | 12 | 5 | 1,6 | 0,2 |

**Розв’язання**

Як бачимо, становище фірми Г дуже небезпечне, тому керівництво вирішило розробити стратегічний план реконструкції виробництва шляхом лізингової оренди. Річні лізингові платежі складають 1 млн. грн. У результаті першої черги реконструкції фірма покращила своє становище і перемістилася не третє місце на ринку (табл. 1.2.2).

*Таблиця 1.2.2*

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Показники | Фірми-конкуренти | | | |
| А | Б | В | Г |
| 1. Обсяг реалізації товару, тис. т | 120 | 100 | 80 | 85 |
| 2. Собівартість 1 т продукції, грн | 700 | 800 | 860 | 810 |
| 3. Споживча ціна 1 т продукції, грн | 960 | 960 | 960 | 960 |
| 4. Ціна реалізації 1 т продукції фірмою, грн | 800 | 850 | 880 | 850 |
| 5. Максимальний прибуток від реалізації 1 т продукції, грн | 260 | 160 | 100 | 150 |
| 6. Мінімальний прибуток від реалізації 1 т продукції за ціною реалізації, грн | 100 | 50 | 20 | 40 |
| 7. загальний максимальний прибуток, млн. грн | 31,2 | 16 | 8 | 12,75 |
| 8. Прибуток за ціною реалізації (мінімальний), млн. грн | 12 | 5 | 1,6 | 3,4 |

Максимальний прибуток розраховується за формулою:

ПРмах = Цсп – СВ,

де ПРмах – максимальний прибуток, грн.;

Цсп – споживча (максимальна) ціна, грн.;

СВ – собівартість продукції, грн.

Мінімальний прибуток розраховується за формулою:

ПРміn = Цр – СВ,

де Цр – ціна, за якою реалізується продукція, грн.

**Висновок:** за рахунок виконання першої черги стратегічного плану підприємство перейшло на третю позицію і впритул наблизилось до фірми, яка займає друге місце. При реалізації усіх етапів плану воно прогнозує вийти на перше місце. Успіх фірма отримала за рахунок скорочення часу на упровадження новітньої технології, використавши лізинг.

**Задача для самостійної роботи**

Мале підприємство освоїло виробництво трьох видів побутової техніки – побутові ваги ДВП-5, побутові ваги НПП-2, ваги ДВП-130. Достатнє подання про їхню конкурентоспроможність на вітчизняному ринку дають розрахунки зведених індексів задоволення потреб споживачів.

Розрахуйте інтегральний індекс задоволення потреб споживачів за окремими видами побутової техніки й за цими показниками визначте вид побутових ваг, які найбільш конкурентоспроможні на світовому ринку. Необхідні для розрахунків вихідні дані представлені в табл. 1.2.3.

Коефіцієнт важливості, встановлений щодо максимального рівня, - 10. Рівень задоволення потреб споживачів у балах розрахований відносно максимально можливого числа балів – 10.

*Таблиця 1.2.3*

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Показники | Коефіцієнт вагомості | Рівень задоволення потреб споживачів, балів | | | | | |
| ДВП-5 | | НПП-2 | | ДВП-130 | |
| Еталон | Продукт фірми | Еталон | Продукт фірми | Еталон | Продукт фірми |
| **Споживачі** | | | | | | | |
| Надійність | 8 | 8 | 6,2 | 7 | 5,8 | 8 | 5,2 |
| Довговічність | 9 | 7 | 6,1 | 6 | 5,6 | 7 | 6,2 |
| Зручність | 6 | 6 | 6,4 | 7 | 5,6 | 7 | 5,8 |
| Дизайн | 4 | 8 | 7,6 | 8 | 6,4 | 8 | 6,2 |
| Гарантія | 3 | 8 | 7,1 | 8 | 6,4 | 7 | 6,1 |
| Упаковка | 2 | 6 | 5,6 | 6 | 2,4 | 6 | 5,8 |
| **Економічні** | | | | | | | |
| Продажна ціна | 6 | 6 | 8,2 | 7 | 9,0 | 7 | 7,1 |
| Витрати на ремонт | 4 | 6 | 5,9 | 6 | 5,8 | 5 | 3,8 |
| Вартість обслуговування | 2 | 5 | 5,1 | 7 | 5,2 | 7 | 5,8 |
| Непередбачені витрати | 3 | 3 | 2,7 | 3 | 2,1 | 3 | 2,0 |

**Практичне заняття 1.3**

**Діагностика конкурентного середовища підприємства**

**Мета заняття:** визначення завдань та етапів процесу діагностики міжнародної конкурентоспроможності підприємства.

**Завдання:**

* визначити методичний інструментарій процесу діагностики міжнародної конкурентоспроможності підприємства;
* проаналізувати процес діагностики стану зовнішнього та внутрішнього середовища підприємства.

Література: [4]; [11]; [13].

**Методичні рекомендації до розв’язання задач**

**Задача**

Розрахувати рентабельність обороту трьох ринків і обґрунтувати твердження, на якому із них найбільша інтенсивність конкуренції (табл. 1.3.1)

*Таблиця 1.3.1*

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Показники | Роки | | |
| 1 | 2 | 3 |
| Попит на товар, т | 1000 | 1000 | 800 |
| Ціна одиниці товару, т | 100 | 90 | 85 |
| Собівартість одиниці товару, тис. грн. | 80 | 80 | 80 |

**Розв’язання**

1. Розрахунок рентабельності обороту першого ринку:

Rоб = (ПР / СВ) \* 100,

де ПР – прибуток від продажу товару, тис. грн.;

СВ – собівартість реалізованої продукції, тис. грн.

1. Розрахунок прибутку від реалізації товару:

ПР1 = (Ц1 - СВ1од) \* ОР1 = (100 – 80) \* 1000 = 20 тис. грн.

3) Розрахунок собівартості реалізованої продукції на першому ринку:

СВ1 = СВ1од \* ОР1 = 80 \* 1000 = 80 тис. грн.

Rоб1 = (20 / 80) \* 100% = 25%

4) Розрахунок рентабельності обороту на другому ринку.

5) Розрахунок прибутку від реалізації товару:

ПР2 = (Ц2 - СВ2од) ОР2 = (90 – 80) \* 1000 = 10 тис. грн.

6) Розрахунок собівартості реалізованої продукції на другому ринку:

СВ2 = СВ2од \* ОР2 = 80 \* 1000 = 80 тис. грн.

Rоб2 = (10 / 80) \* 100% = 12,5%

1. Розрахунок рентабельності обороту на третьому ринку.

8) Розрахунок прибутку від реалізації товару:

ПР3 = (Ц3 - СВ3од) ОР3 = (85 – 80) \* 800 = 4 тис. грн.

9) Розрахунок собівартості реалізованої продукції на третьому ринку:

СВ3 = СВ3од \* ОР3 = 80 \* 800 = 64 тис. грн.

Rоб3 = (4 / 64) \* 100% = 6,25%

**Висновок:** рентабельність обороту на першому ринку найвища і, відповідно, на ньому найвища інтенсивність конкуренції, тому що фірми намагаються вийти на цей ринок.

**Задача для самостійної роботи**

Розрахуйте частки ринку фірм, які працюють в одній галузі в натуральному й вартісному вираженні, використовуючи дані про обсяги виробництва й ціни кожної окремої фірми, наведені в табл. 1.3.2.

*Таблиця 1.3.2*

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Фірми в галузі | | Обсяги реалізації (Qi), тис. т  Ціна (Ці), грн/т | |
| Варіанти | |
| 1 | 2 |
| №1 | Q1 | 5512 | 5588 |
| Ц1 | 65,55 | 60,55 |
| №2 | Q2 | 5558 | 5410 |
| Ц2 | 50,50 | 55,50 |
| №3 | Q3 | 5698 | 5623 |
| Ц3 | 85,80 | 80,50 |
| №4 | Q4 | 1006 | 5889 |
| Ц4 | 55,50 | 60,60 |
| №5 | Q5 | 1254 | 5555 |
| Ц5 | 68,50 | 54,54 |
| №6 | Q6 | 5688 | 5698 |
| Ц6 | 45,45 | 55,55 |
| №7 | Q7 | 5698 | 9874 |
| Ц7 | 55,30 | 25,30 |

Визначте частку трьох найбільших фірм у загальному обсязі виробництва галузі. У рамках якого типу ринку діють фірми? У рамках якого цінового сегмента діють фірми? Якщо врахувати, що представлені фірми є прямими конкурентами для нашої, яка працює в низькому ціновому сегменті, то з’ясуйте, які з них являють пряму загрозу для нашої.

**Практичне заняття 1.4**

**Оцінка рівня міжнародної конкуренто­спро­мож­ності підприємства**

**Мета заняття:** визначення концептуальної моделі процесу управління розробкою і реалізацією стратегії міжнародної конкурентоспроможності підприємства.

**Завдання:**

* обґрунтувати процес управління розробкою і реалізацією стратегії нового продукту;
* обґрунтувати процес управління розробкою і реалізацією стратегії технологічного (інноваційного) розвитку підприємства.

Література: [2]; [5]; [9].

**Тести**

*1. Застосування скринінгового стандарту має забезпечувати:*

а) розробку стратегій;

б) генерування альтернати;

в) формування множини висунутих альтернатив;

г) формування множини допустимих альтернатив.

*2. Життєвий цикл стратегічних альтернатив складається з:*

а) генерування та оцінки стратегічних альтернатив;

б) генерування та вибору стратегічних альтернатив;

в) оцінки та вибору стратегічних альтернатив;

г) генерування., оцінки та вибору стратегічних альтернатив.

*3. На складність вироблення нового продукту не впливають:*

а) кількість його деталей;

б)частка стандартних його компонентів;

в) кількість інженерних змін на нову його деталь;

г) еластичність попиту на новий товар.

*4. Автором теоретичної моделі, яка пояснює причини і наслідки конкурентних переваг фірми – піонера нового продукт, є:*

а) Й. Шумпетер;

б) Р. Шмалензі;

в) М. Познер;

г) Р. Вернон.

*5. При відносній рівновазі технологічних потенціалів підприємств у галузі їх технологічні відносини приймають форму:*

а) технологічного ізоляціонізму;

б) технологічної взаємодії;

в) технологічного суперництва (конкуренції);

г) технологічної корпорації.

*6. Відмінною ознакою стратегії «кооперації» у технологічному розвитку підприємства є:*

а) технологічне шпигунство;

б) технологічна імітація (копіювання);

в) режим секретності технологічних нововведень підприємства;

г) ліцензійні угоди підприємств.

*7. Авторами підходу до розробки стратегії із застосуванням концепції життєвого циклу і спіральної моделі етапів розробки є:*

а) Р. Спекман та Л. Ізабелла;

б) Р. Код та Е. Йордан;

в) Ф. Котлер;

г) Р. Вернон.

*8. Досягненню синергічного ефекту на базі використання комплементарних технологічних знань підприємств сприяє стратегія:*

а) технологічного «запозичення»;

б) технологічного «нарощування»;

в) технологічної «кооперації»;

г) технологічного протекціонізму.

*9. Ризик непотрібного дублювання НДДКР у технологічному розвитку підприємства є недоліком:*

а) стратегії технологічного «нарощування»;

б) стратегії технологічного «запозичення»;

в) стратегії технологічної «кооперації»;

г) спільного підприємництва.

*10. Стратегічне позиціювання є важливим інструментом управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства в умовах:*

а) монопольної структури ринку;

б) фрагментованої структури ринку;

в) високих бар’єрів входу на ринок;

г) високої ринкової влади постачальників на ринку.

**Ситуативна задача для самостійної роботи**

Однією з складових стратегічного успіху компанії «МакДоналдс» стало застосування конвеєрних технологій приготування їжі. Однак впровадження цих технологій виявило серйозні труднощі: приготування картоплі-фрі як однієї з основних страв асортименту не піддавалось механізації. Картопля була або недосмаженою, або пересмаженою, що гальмувало досягнення конкурентних переваг індустріалізації процесу приготування їжі та стратегічної цілі компанії.

**Завдання**

Оцініть ситуацію й обґрунтуйте, якими, на Вашу думку, мають бути управлінські рішення компанії «МакДоналдс» щодо ідентифікації найбільш значущих активів, розвиток (розробка) яких могла б вирішити проблему механізації процесу приготування картоплі-фрі?

**Практичне заняття 1.5**

**Стратегії міжнародної конкуренто­спро­мож­ності підприємств**

**Мета заняття:** вивчення методів аналізу та оцінки стану міжнародної конкурентоспроможності української економіки.

**Завдання:**

* визначити причини і наслідки «детехнологізації» промислового експорту України;
* оцінити стан та напрями активізації державного регулювання міжнародної конкурентоспроможності українських підприємств.

Література: [7]; [10]; [112].

**Методичні рекомендації до розв’язання задач**

**Задача**

На ринку діють три фірми. Визначити, яка із фірм домінує на ринку за допомогою коефіцієнту Лернера (табл. 1.5.1).

*Таблиця 1.5.1*

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Показники | Фірми | | |
| 1 | 2 | 3 |
| Ціна на товар, грн | 10 | 12 | 12,5 |
| Собівартість одиниці товару, грн. | 6 | 7,5 | 7 |
| Коефіцієнт еластичності ціни | 1,1 | 1,1 | 1,1 |

**Розв’язання**

1. Розрахунок коефіцієнту Лернера для фірми 1:

Кл1 = (Ц1 – СВ1) / Кел = (10 – 6) / 1,1 = 3,6

1. Розрахунок коефіцієнту Лернера для фірми 2:

Кл2 = (Ц2 – СВ2) / Кел = (12 – 7,5) / 1,1 = 4,1

1. Розрахунок коефіцієнту Лернера для фірми 3:

Кл3 = (Ц3 – СВ3) / Кел = (12,5 – 7) / 1,1 = 5

**Висновок:** враховуючи значення коефіцієнту Лернера фірма 1 займає домінуючу позицію на ринку, у неї найнижче значення коефіцієнту (3,6). Вона продає товар за нижчими цінами і має нижчу собівартість продукції у порівнянні з фірмами 2 і 3, а це дуже важливо при ціновій еластичності попиту.

**Практичне заняття 1.6**

**Управління міжнародною конкуренто­спро­мож­ністю підприємств**

**Мета заняття:** вивчення тенденцій відновлення та проблем реалізації ресурсних переваг вітчизняних підприємств.

**Завдання:**

* визначати проблеми формування та використання інноваційно-технологічних переваг вітчизняних підприємств;
* визначати проблеми та перспективи інтернаціоналізації української економіки.

Література: [2]; [3]; [6].

**Тести**

*1. Згідно з даними ООН Україна у 1992 р. займала друге місце у світі по виробництву цукрового буряку після:*

а) Росії;

б) Польщі;

в) Китаю;

г) Франції.

*2. Найбільш регульований характер внутрішніх ринків продовольчих товарів у розвинених країнах ґрунтується на стратегії:*

а) інтернаціоналізації економіки;

б) лібералізації світогосподарських зв’язків;

в) продовольчої безпеки;

г) глобальної міжнародної конкурентоспроможності.

*3. Падіння міжнародної конкурентоспроможності українських металургійних підприємств у 2001-2003 р.р. пов’язане, насамперед, з:*

а) несприятливими погодними умовами;

б) низькою технологічною базою виробництва;

в) антидемпінговим розслідуванням у США;

г) чинниками позаекономічного характеру.

*4. Не є показником динаміки інноваційно-технологічної активності підприємства темпи:*

а) освоєння підприємством нових видів продукції;

б) освоєння підприємством нових технологічних процесів;

в) освоєння підприємством принципово нових видів продукції;

г) зростання обсягів виробництва підприємства.

*5. Серед секторів і виробництв української промисловості найбільшими потенційними технологічними перевагами володіють підприємства:*

а) машинобудування;

б) базової хімії;

в) ВПК;

г) металургійної промисловості.

*6. Масштаби використання технологічних переваг підприємств України не стримують:*

а) граничний знос основних виробничих фондів підприємств;

б) структурні зсуви в економіці України;

в) неплатежі у взаємовідносинах підприємств;

г) скорочення внутрішнього попиту на більш дорогу імпортну продукцію.

*7. Витрати на наукові, науково-технічні роботи в Україні у розрахунку на душу населення у 2003 р. складали приблизно :*

а) 10 дол. США;

б) 100 дол. США;

в) 1000 дол. США;

г) 5000 дол. США.

*8. Найбільш сприятливі умови для створення міжнародних об’єднань консорціального типу в Україні мають галузі:*

а) вугільної промисловості;

б) машинобудування;

в) авіабудування;

г) цукрової промисловості.

*9. Об’єктами міжнародного обміну в рамках торговельно-посередницької моделі інтернаціоналізації економіки є:*

а) товар-група;

б) товар-програма;

в) одиничний товар;

г) великомасштабні проекти.

*10. Зона вільної торгівлі виключає застосування в межах митного простору країн-учасниць тарифних обмежень щодо руху:*

а) товарів та послуг;

б) товарів, послуг та капіталів;

в) товарів, послуг та робочої сили;

г) товарів, послуг, капіталів та робочої сили.

**Задача для самостійної роботи**

На національному й світовому ринку з моменту створення успішно функціонують три вітчизняних корпорації – „Продімпортторг”, „Украгроекспорт”, „Укрімпекс”. Окремі показники конкурентоспроможності на ринку представлені в табл. 1.6.1.

*Таблиця 1.6.1*

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Показники конкурентоспроможності | Коефіцієнт вагомості | Рейтинг оцінки окремих показників корпорацій | | |
| „Прод  імпортторг” | „Украгро  експорт” | „Укрімпекс” |
| Якість і споживчі переваги товарів | 0,15 | 5 | 5 | 5 |
| Асортимент продукції | 0,10 | 9 | 6 | 7 |
| Ступінь ефективності каналів збуту | 0,15 | 7 | 4 | 9 |
| Ефективність реклами й стимулювання збуту | 0,15 | 9 | 5 | 4 |
| Фінансові ресурси | 0,20 | 7 | 8 | 7 |
| Репутація в споживачів | 0,15 | 7 | 9 | 6 |
| Можливості в ціновій політиці | 0,10 | 4 | 4 | 4 |
| Усього | 1,00 | 48 | 41 | 43 |

**Завдання.** Використовуючи вихідні показники табл. 1.6.1 розрахуйте й порівняйте рівень конкурентоспроможності корпорацій.

**Практичне заняття 1.7**

# **Міжнародна конкурентоспроможність країн**

**Мета заняття:** вивчення тенденцій відновлення та проблем реалізації ресурсних переваг у міжнародній конкурентоспроможності країн.

**Завдання:**

* визначити чинники міжнародної конкурентоспроможності країн;
* обґрунтувати процес міжнародної конкурентоспроможності країн та стратегії її формування.

Література: [8]; [12]; [14].

**Задача для самостійної роботи**

Розрахуйте індекс Харфінделя-Хіршмана /ІХХ/ для умов, наведених у табл. 1.5.2

*Таблиця 1.5.2*

**Вихідні дані для розрахунку рівня інтенсивності конкуренції в галузі**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Фірми в галузі | Обсяги реалізації продукції у звітному періоді, тис.т | | | |
| Типи ринків | | | |
| №1 | 45679 | 12265 | 45896 | 45896 |
| №2 | 5486 | 4589 | 12589 | 4589 |
| №3 | 2548 | 12369 | 12365 | 25698 |
| №4 | 12569 | 14589 | 8956 | 25478 |
| №5 | 13007 | 8965 | 12587 | 3698 |
| №6 | 14589 | 10336 | 12658 | 12589 |
| №7 | 5687 | 1548 | 12589 | 32547 |
| №8 | 78523 | 1258 | 4587 | 12547 |
| №9 | 4562 | 12369 | 56898 | 12587 |
| №10 | 10006 | 12587 | 12589 | 4569 |

Відповідно до розрахованого показника, зробіть висновок: у рамках яких типів ринку (вироблена конкуренція, монополістична конкуренція, олігополія, монополія) діють фірми. Дайте коротку характеристику одному з них.

**Практичне заняття 1.8**

# **Конкурентоспроможність в умовах глобалізації**

**Мета заняття:** вивчення сутності та головних ознак економічного глобалізму.

**Завдання:**

* визначити чинники глобалізації конкуренції;
* обґрунтувати процес глобальної конкурентоспроможності та стратегії її формування.

Література: [8]; [12]; [14].

**Тести**

*1. Не є головними ознаками економічного глобалізму :*

а) посилення взаємозалежності національних господарських систем;

б) підвищення відтворювальної відкритості національних господарських систем;

в) посилення ролі „зовнішнього примушення” у внутрішній економічній політиці держави;

г) поглиблення міжнародного поділу праці під впливом НТР.

*2. Роль зовнішнього примушення у внутрішньому економічному розвитку країни в умовах економічного глобалізму:*

а) суттєво не змінюється;

б) поступово знижується;

в) стає більш значущою;

г) звужується тільки відносно зовнішньоекономічної сфери країни.

*3. Принципова відмінність глобальної конкуренції полягає у тому, що вона:*

а) пов’язана з географічною координатою бізнесу;

б) не визнає географічних кордонів між країнами;

в) забезпечує оптимізацію ланцюга цінностей підприємства;

г) ґрунтується на використанні технологічних переваг суб’єктів світового ринку.

*4. Головні відмінності механізму формування глобальних конкурентних переваг пов’язані, насамперед, з:*

а) лібералізацією світогосподарських процесів;

б) активною роллю у їх формуванні позаекономічних чинників;

в) операційною ефективністю виробництва;

г) топ-характеристиками підприємства.

*5. Глобальною є галузь, у якій:*

а) конкуренція здійснюється на основі формування технологічних переваг;

б) конкуренція у географічних її координатах є взаємопов’язаною;

в) позиції конкурентів визначаються місцем розташування їх бізнесу;

г) позиції конкурентів визначаються масштабами їх бізнесу.

*6. До глобальних галузей світової економіки не відносяться:*

а) побутова електроніка;

б) авіаперевезення;

в) роздрібна торгівля;

г) автомобілебудування.

*7. Ключовими чинниками конкурентного успіху кварцових годинників у порівнянні з механічними стали їх:*

а) вартість;

б) дизайн;

в) точність ходу;

г) наявність секундної стрілки.

*8. Країною, де здійснено технологічний прорив у мікроелектроніці за допомогою мікрочіпів, є:*

а) США;

б) Японія;

в) Таїланд;

г) Франція.

*9. Автором моделі ланцюга цінностей як інструменту аналізу змісту й механізму формування конкурентних переваг підприємства є:*

а) П. Самуельсон;

б) М. Портер;

в) П. Друкер;

г) П. Кругман.

*10. Глобальною галуззю, у якій патентний захист технологічних нововведень має найбільш поширене використання, є:*

а) міжнародні авіаперевезення;

б) автомобілебудування;

в) фармацевтична;

г) мікроелектроніка.

**Ситуативна задача для самостійної роботи**

На початку ХХІ ст.. розрив за параметрами надійності між автомобілями таких світових компаній, як „Honda”, „Mercedes-Benz”, „Renault” та інших, настільки зменшився, що як чинник конкуренції він вже суттєвої ролі не виконує. Можна сказати, що надійність стала стандартним атрибутом сучасного автомобіля. Досягнення конкурентного паритету відбувається й за іншими параметрами (стиль, дизайн) автомобілів.

**Завдання.** Оцініть ситуацію й обґрунтуйте, як досягнення конкурентного паритету в характеристиках автомобілів (надійність, дизайн, стиль та ін.) змінює стратегію конкурентних битв світових автомобільних гігантів. Яким чином він впливає на динаміку конкуренції на внутрішньому ринку автомобілів в Україні?

**Основна література**

1. Алексеев В.В. Мировая экономика и международные экономические отношения: учебник / [Алексеев В.В., Бабин Э.П., Бельчук А.И. и др.]; под ред. А.С. Булатова, Н.Н. Ливенцева/ - М.: Магистр, 2011. – 654 с.
2. Березін О. В. Стратегія підприємства : навч. посіб. / О. В. Березін, М. Г. Безпарточний. – К. : Ліра-К, 2010. – 224 с.
3. Вергун В. А. Міжнародний бізнес / за заг. ред. В. Вергуна // – К.: Київський університет., 2009. – 623 с.
4. Гіл Чарльз В.Л. Міжнародний бізнес: конкуренція на глобальному ринку / Чарльз В.Л. Гіл; пер. з англ. А. Олійник, Р. Ткачук. – К.: Видавництво Соломії Павличко "Основи", 2001. – 856 с.
5. Глобалізація і сучасний міжнародний процес /за заг. ред. проф. Б. Гуменюка. – К.: університет «Україна», 2009. – 508 с.
6. Дюмулен И.И. Международная торговля. Экономика, Политика. Практика / Дюмулен И.И. – М.: ВАВТ, 2010. – 448 с.
7. Конкуренція в міжнародному бізнесі: навч. посіб. / Н.М. Грущинська, К.В. Антоненко, Л.М. Побоченко, В.О. Кустов. – К.: Вид-во Нац. авіац. ун-ту «НАУ-друк», 2011. – 220 с.
8. Конкурентоспособность организации : учеб. пособие /. А. С. Головачев. – Минск: Выш. шк., 2012**.** – 319 с.

**Додаткова література**

1. Гейтс Б. Бизнес со скоростью мысли. - М.: ЭКСМО-ПРЕСС, 2000. – 480 с.
2. Новицький В. Є. Стратегії глобальної конкуренції відкритих систем у контексті ресурсоспоживання та міжнародної спеціалізації / Навч. посібник. - К.: Арістей, 2007. – 390 с.
3. Портер М. Международная конкуренция. Конкурентные преимущества стран: Пер. с англ.. – М.: Международные отношения, 1993. – 896 с.
4. М. Портер, Дж. Самплер, С. К. Прахалад и др.. Курс МВА по стратегическому менеджменту: Пер. с англ.. – М.: Ампина Паблишер, 2002. – 608 с.
5. Портер М. Стратегія конкуренції: Пер. с англ.. А. Олійник, Р. Сільський. – К.: Основи, 1998. – 390 с.
6. Фінансові інструменти за­без­печення міжнародної конкурентоспроможності в інституційній моделі. Мо­нографія за ред. В.Є.Новицького. – К.: Арістей, 2006. – 220 с.