

ДЕРЖАВНИЙ ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД
«ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ»
МІНІСТЕРСТВА ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

Н.О. Дугієнко

**УПРАВЛІННЯ МІЖНАРОДНОЮ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ
ПІДПРИЄМСТВА**

Методичні рекомендації
до практичних занять для студентів освітнього ступеня «магістр» спеціальності
«Міжнародна економіка»

Затверджено
вченою радою ЗНУ
Протокол № від 2015

Запоріжжя
2015

УДК: 339.1(477)(075.8)

ББК: У9(4Укр)8 я 73

Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства: методичні рекомендації до практичних занять для студентів освітнього ступеня «магістр» спеціальності «Міжнародна економіка» / Уклад.: Дугієнко Н.О. – Запоріжжя: ЗНУ, 2015. – 71 с.

Методичні рекомендації містять плани семінарських занять та поради щодо вивчення тем курсу «Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства», запитання та завдання для обговорення, питання для поглибленого вивчення, одноваріантні запитання, практичні завдання для самостійної роботи студентів, тестові завдання для самоконтролю, перелік рекомендованої літератури.

Методичні рекомендації розроблено для студентів освітнього ступеня «магістр» спеціальності «Міжнародна економіка» з метою сприяння засвоєнню системи знань та вмінь із концептуальних засад, принципів, методів формування та регулювання рівня міжнародної конкурентоспроможності підприємства.

Рецензент *В.З. Бугай*

Відповідальний за випуск *Д.І. Бабміндра*

ЗМІСТ

Передмова	4
Зміст семінарських занять	5
Модуль 1. Теоретичні основи управління міжнародною конкурентоспроможністю. Стратегії міжнародної конкурентоспроможності ..	5
Семінарське заняття 1. Конкуренція в системі ринкової економіки.....	5
Семінарське заняття 2. Конкурентоспроможність товарів і послуг на світовому ринку.....	10
Семінарське заняття 3. Фактори забезпечення міжнародної конкурентоспроможності підприємства.....	15
Семінарське заняття 4. Аналіз і оцінювання міжнародної конкурентоспроможності підприємства.....	19
Семінарське заняття 5. Стратегії міжнародної конкурентоспроможності...23	
Семінарське заняття 6. Система управління конкурентоспроможністю підприємства на світовому ринку.....	27
Модуль 2. Міжнародна конкурентоспроможність українських підприємств. Глобальна конкурентоспроможність	33
Семінарське заняття 7. Конкурентоспроможність українських підприємств (організацій) на міжнародних ринках	33
Семінарське заняття 8. Конкурентоспроможність галузей у світовому господарстві.....	37
Семінарське заняття 9. Особливості міжнародної конкурентоспроможності регіонів.....	40
Семінарське заняття 10. Сучасні стратегії галузевого лідирування.....	45
Семінарське заняття 11. Регулювання конкуренції на національному та міжнародному рівнях.....	49
Семінарське заняття 12. Конкурентоспроможність в умовах глобалізації...53	
Тестові завдання для самоконтролю	57
Перелік питань до екзамену	65
Рекомендована література	68

ПЕРЕДМОВА

Дисципліна «Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємств» є складовою підготовки фахівців з міжнародної економіки. Мета курсу полягає в тому, щоб сформувати у майбутніх фахівців систему знань, умінь і навичок з концептуальних засад, принципів і методів формування, регулювання та відтворення рівня конкурентоспроможності підприємства, необхідного і достатнього для забезпечення його життєздатності як суб'єкта міжнародної економічної діяльності.

Завдання курсу спрямовані на формування у студентів компетентності щодо: ключових проблем міжнародної конкуренції та конкурентоспроможності товарів (послуг), підприємств, галузей, регіонів, національної економіки; визначення та оцінки показників та факторів міжнародної конкурентоспроможності підприємств (організацій) різних типів, розробки програми її підвищення; основних типів міжнародних стратегій конкурентної поведінки, вміння оцінювати їхню ефективність; заходів регулятивно-правової політики у сфері конкуренції на національному та міжнародному рівнях; форм і методів конкуренції підприємств у трансформаційний період.

За підсумками вивчення курсу «Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємств» студенти повинні знати систему управління конкурентоспроможністю підприємства на світовому ринку; проблеми міжнародної конкуренції, конкурентоспроможності товарів, послуг, підприємств, галузей і національної економіки; типи міжнародних стратегій конкурентної поведінки; особливості регулятивно-правової політики у сфері конкуренції на національному та міжнародному рівнях.

Отримані знання внаслідок вивчення курсу «Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємств» потрібні для того, щоб студенти вміли збирати та аналізувати інформацію з метою вибору та дослідження закордонних ринків; аналізувати форми і методи конкуренції в трансформаційний період, визначати й оцінювати показники та фактори міжнародної конкурентоспроможності підприємств (організацій) різних типів, розробляти програми її підвищення; вибирати оптимальні стратегії українських підприємств на зарубіжних ринках.

Саме необхідністю комплексного дослідження особливостей міжнародної конкурентоспроможності в синтезі мікро- та макроекономічних, комерційних та регулятивних її аспектів в умовах України й зумовлено структуру і зміст методичних рекомендацій до семінарських занять.

Семінарські заняття з курсу «Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємств» передбачають роботу студентів над лекційним матеріалом, виконання ситуаційних вправ, опрацювання основної та додаткової літератури, підготовку доповідей із подальшим їх публічним обговоренням.

ЗМІСТ СЕМІНАРСЬКИХ ЗАНЯТЬ

Модуль 1. Теоретичні основи управління міжнародною конкурентоспроможністю

СЕМІНАРСЬКЕ ЗАНЯТТЯ 1. КОНКУРЕНЦІЯ В СИСТЕМІ РИНКОВОЇ ЕКОНОМІКИ

Мета і завдання заняття: розглянути поняття конкуренції, її функції та роль в ринковій економіці; детально ознайомитись з класифікаціями видів конкуренції; вивчити поняття міжнародної конкурентоспроможності та конкурентних переваг у міжнародному суперництві; розглянути класичні та неокласичні теорії досконалої та недосконалої конкуренції, теорії ефективної конкуренції Шумпетера та Хаєка.

План

1. Конкуренція та її роль у ринковій економіці, функції та класифікація видів конкуренції.
2. Еволюція теоретичних поглядів на конкуренцію.
 - 2.1. Класичні та неокласичні теорії досконалої та недосконалої конкуренції (А.Сміт, Д. Рікардо, Г. Хамберлер, А. Маршал, Ф. Еджоут, Дж. Робінсон та Е.Чемберлен).
 - 2.2. Теорії ефективної конкуренції Шумпетера та Хаєка.
 - 2.3. Сучасні економічні моделі міжнародної конкуренції.
3. Міжнародна конкурентоспроможність: основні категорії та поняття.

Основні терміни і поняття

Ринкова економіка, конкуренція, цінова конкуренція, нецінова конкуренція, функціональна конкуренція, видова конкуренція, предметна конкуренція, досконала конкуренція, недосконала конкуренція, моносонія, олігосонія, олігополія, дуополія, білатеральна монополія, природна монополія, штучна монополія, картель, синдикат, трест, концерн, поведінковий підхід, структурний підхід, функціональний підхід, конкурентоспроможність, конкурентна перевага, конкурентоспроможність товару, конкурентоспроможність країни.



Методичні рекомендації

При опрацюванні першого питання слід звернути увагу на те, що поняття конкуренції складне і багатогранне. Це і засіб здійснення підприємницької діяльності, і такий засіб існування капіталу, коли один капітал суперничає з іншим капіталом. Крім того, конкуренція виступає в ролі стихійного регулятора суспільного виробництва. Наслідком конкуренції є, з одного боку, загострення виробничих і ринкових відносин, а з іншого боку – підвищення ефективності

господарської діяльності, прискорення НТП, тому конкуренції приділяється не тільки функція ринкового регулювання, але і стимулююча роль.

Варто також розкрити основні функції конкуренції: регулюючу, розподільчу (алокаційну), адаптаційну (стимулююча, інноваційна), контролюючу.

Також необхідно розглянути види конкуренції: за методами конкурентного суперництва (цінову та нецінову), за характером задоволення потреб (функціональну, видову, предметну), у відповідності з поведінкою учасників (суб'єктів) ринкових відносин, в залежності від кількості продавців та особливостей їх поведінки (досконалу та недосконалу конкуренцію).

Розкриття другого питання вимагає від студента звернути увагу на той факт, що у своєму розвитку конкуренція пройшла шлях від простих до складніших форм. Особливий імпульс конкуренція отримала з переходом суспільства до розвинутого товарного господарства наприкінці XVIII ст. Загалом в науковій літературі сформувалося три головні підходи до розуміння конкуренції: поведінковий, структурний та функціональний. Надалі потрібно розкрити сутність кожного з них.

Третє питання семінарського заняття вимагає від студента чіткого розуміння поняття «міжнародна конкурентоспроможність». Студент має звернути увагу на основні складові, які характеризують конкурентоспроможність на рівні світового господарства як середовища конкурентної боротьби, а саме: товар – підприємство – галузь (як сукупність підприємств) – регіон – національна економіка. Також необхідно усвідомити, що поняття національної конкурентоспроможності безпосередньо пов'язане з оцінкою конкурентоспроможності галузей економіки певної країни, в свою чергу галузі розглядаються як сукупність підприємств які виробляють конкурентоспроможну продукцію. Конкурентоспроможність товару – це сукупність якісних і вартісних характеристик товару, яка забезпечує задоволення конкретної потреби споживача.

Крім того, варто зазначити, що міжнародна конкурентоспроможність проявляється у досягненні фірмою конкурентних переваг у міжнародному суперництві, що визначається певними принципами (конкурентна перевага впливає в основі своїй з поліпшень, нововведень та змін, конкурентна перевага стосується всієї системи створення цінностей, конкурентна перевага підтримується тільки завдяки безперервним поліпшенням, підтримка переваги потребує вдосконалення її джерел).



Запитання та завдання для обговорення

1. У чому полягають позитивні та негативні риси конкуренції?
2. Розкрийте сутність чотирьох постулатів класичних моделей конкуренції.
3. Які риси притаманні конкурентоспроможності товару?
4. У чому проявляється міжнародна конкурентоспроможність?
5. Визначте фактори, що зумовили існування міжнародного ринку.

6. Якими основними чинниками визначається місце підприємства на міжнародному ринку?
7. За якими ознаками можна класифікувати конкуренцію?
8. Які існують види конкуренції за характером задоволення потреб?
9. Які існують види конкуренції за урахуванням охоплення економіки?
10. Які основні риси поведінкового, структурного та функціонального підходів у еволюції теоретичних поглядів на конкуренцію?
11. Що являє собою поняття конкурентоспроможності?
12. Що є об'єктом та суб'єктом управління міжнародною конкурентоспроможністю?



Питання для поглибленого вивчення

1. Конкуренція і конкурентоспроможність як рушійні сили розвитку суспільства.
2. Наукові принципи управління конкурентоспроможністю.
3. Методичні основи оцінювання конкурентоспроможності різних об'єктів.
4. Зміст системи забезпечення конкурентоспроможності.
5. Основні напрями піднесення конкурентоспроможності української економіки.



Приведіть у відповідність терміни та їх визначення

<i>Термін</i>	<i>Визначення</i>
1) Ринкова економіка	А) соціально-економічна система, що розвивається на основі приватної власності, свободи підприємництва і товарно-грошових відносин.
2) Нецінова конкуренція	Б) боротьба незалежних економічних суб'єктів за обмежені економічні ресурси.
3) «Невидима рука» ринку	В) об'єктивна, постійно діюча закономірність розвитку матеріального виробництва, результатом якої є послідовне вдосконалення техніки, технології та організації виробництва, підвищення його ефективності.
4) Суб'єкти управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства	Г) метод конкурентної боротьби, де вирішальну роль відіграє: зміна властивостей продукції; надання продукції якісно нових властивостей; створення нової продукції для задоволення існуючих потреб; створення нової продукції для задоволення потреб, що не існували раніше; оновлення властивостей товару, які є символом моди, престижу; удосконалення послуг, які супроводжують товар.
5) Контролююча функція конкуренції	Д) рівноважний ринковий механізм, який формує ціни товарів під впливом попиту, пропозиції і конкуренції
6) Мотиваційна функція конкуренції	Е) це економічні агенти (уряд, власники та персонал підприємств), інтересами яких є частини суспільного

	продукту (податки, прибутки і заробітна плата).
7) Розподільча функція конкуренції	Є) конкуренція не тільки стимулює підвищення продуктивності праці, але й сприяє розподілу доходу серед суб'єктів бізнесу і домашніх господарств відповідно до ефективності їхнього внеску.
8) Регулююча функція конкуренції	Ж) функція, при якій орієнтуючись на ринкові ціни і намагаючись одержати максимальний прибуток, підприємці направляють свої кошти на випуск тих товарів, які користуються попитом
9) Науково-технічний прогрес	З) недопущення монополістичного панування окремих великих підприємств на ринку, конкуренція обмежує і ставить у визначені рамки чи форми моделі недосконалої конкуренції.
10) Конкуренція	І) суб'єкти бізнесу, які пропонують якісніші послуги чи вищий рівень обслуговування, часто змушені збільшувати виробничі і торговельні витрати, однак нерідко це приносить їм значно вищі прибутки (позитивні санкції), що стимулює їх подальші старання, а значить, і технічний прогрес.



Одноваріантні запитання («Так» чи «Ні»)

1. Основними функціями конкуренції є регулююча, алокаційна, адаптаційна, контролююча.
2. Внутрішня конкуренція передбачає боротьбу між компаніями відповідної галузі в межах національної економіки.
3. Цінова конкуренція застосовується фірмами-аутсайдерами у боротьбі з монополіями.
4. За досконалої конкуренції існує однакова кількість продавців і покупців, кожна фірма має змогу впливати на ціну та існують бар'єри для вступу в галузь.
5. Олігополія – це тип ринкової структури, за якої покупці забезпечують собі монополійний прибуток за рахунок втрати частини прибутків продавця.
6. Конкурентоспроможність товару проявляється через сукупність якісних і вартісних характеристик товару, головним завданням яких є задоволення потреб споживачів.
7. У довгостроковій перспективі конкурентні фірми не отримують економічний прибуток.
8. Метою фірми є максимізація економічного прибутку на одиницю продукції.
9. Функціонування конкурентного ринку є вигідним для продавців. Вигода вимірюється виробничим надлишком.
10. Фірми за умов монополістичної конкуренції віддають перевагу неціновій конкуренції над ціновою.



Практичні завдання

1. Проаналізуйте Інтернет-публікації та визначте основні проблеми конкуренції в умовах переходу до ринкових відносин.

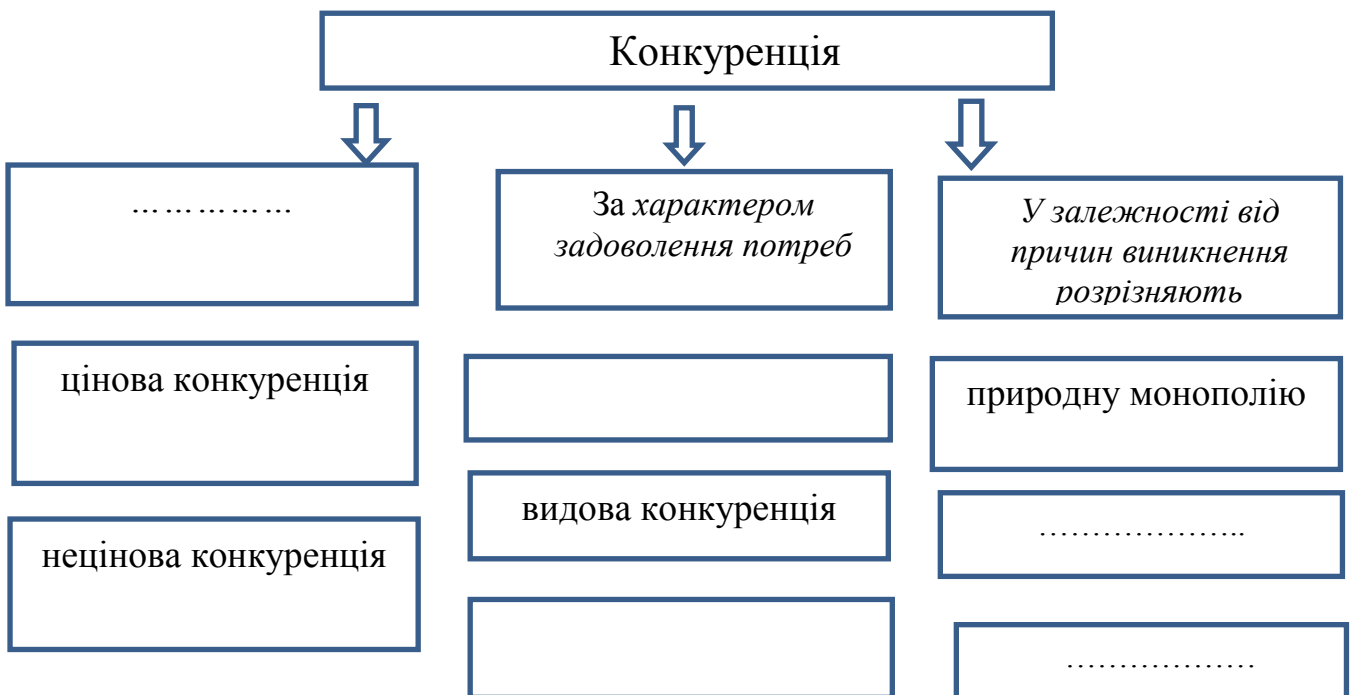
Публікації:

1. Гуторова І.В. Конкуренція як економічна категорія та її особливості в аграрному секторі економіки [Електронний ресурс] / І.В. Гуторова. – Режим доступу : <http://www.google.com.ua/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=41&ved=0CBsQFjAAOCg&url=http%3A%2F%2Fzftuir.ztu.edu.ua%2F1645%2F1%2F9.pdf&ei=DdN-VOB-JKu9ygOX7ICIAw&usg=AFQjCNGAPWsmug9Otzed58EUldmHZoJiiw&bvm=bv.80642063,d.bGQ>

2. Гончарук Т.І. Конкуренція: сучасна економічна характеристика та особливості [Електронний ресурс] / Т.І. Гончарук. – Режим доступу: http://www.google.com.ua/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0CCEQFjAA&url=http%3A%2F%2Fuabs.edu.ua%2Fimages%2Fstories%2Fdocs%2FK_TPE%2FHoncharuk_3.pdf&ei=99p-VI2pBKqGywPPuYH4DA&usg=AFQjCNE Ld34FY5-qj5WkC2RrWw8IvaiYQQ&bvm=bv.80642063,d.bGQ

3. Великий Ю.В. Економічна сутність конкурентних відносин у перехідний до ринку період [Електронний ресурс] / Ю.В. Великий. – Режим доступу: <http://www.google.com.ua/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=5&ved=0CDsQFjAE&url=http%3A%2F%2Flib.chdu.edu.ua%2Fpdf%2Fnaukpraci%2Fpolitics%2F2001%2F12-1-33.pdf&ei=sTWHVI33KZD5aoKrgrgM&usg=AFQjCNFIFmWA9US6XGEKA3mCMfRj8NBp5w&bvm=bv.81449611,d.d2s>

2. Завершіть структурно-логічну схему видів конкуренції.



СЕМІНАРСЬКЕ ЗАНЯТТЯ 2. КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ТОВАРІВ І ПОСЛУГ НА СВІТОВОМУ РИНКУ

Мета і завдання заняття: розглянути конкурентоспроможність товарів і послуг на світовому ринку; ознайомитись з методами оцінки конкурентоспроможності; вивчити вплив якості на конкурентоспроможність продукції; визначити фактори, які здатні впливати на міжнародну конкурентоспроможність.

План

1. Фактори та чинники конкурентоспроможності товару на світовому ринку.
2. Методи оцінки конкурентоспроможності продукції.
3. Якість товару – основний важіль забезпечення його конкурентоспроможності.
4. Основні підходи до управління конкурентоспроможністю товару.



Основні терміни і поняття

Конкурентоспроможність товару, модель п'яти сил М.Портера, безпека продукції, оцінка конкурентоспроможності продукції, показники конкурентоспроможності промислової, якість товар, управління якістю, стандартизація, сертифікація, чинники конкурентоспроможності, критерії конкурентоспроможності, диференціальний метод оцінки товарів.



Методичні рекомендації

При опрацюванні першого питання потрібно розглянути фактори, що впливають на конкурентне середовище. Ці фактори були розроблені Майклом Портером у Гарвардській бізнес-школі у 1979 році, у його методиці для аналізу галузей, моделі п'яти сил М. Портера. Слід розкрити конкурентні сили, під впливом яких формується конкурентне середовище, а саме:

- 1) суперництво між конкуруючими продавцями однієї галузі;
- 2) конкуренція з боку товарів, що виробляються фірмами інших галузей, і що є гідними заміниками (субститутами), а також конкурентоспроможні за ціною;
- 3) загроза входу в галузь нових конкурентів;
- 4) економічні можливості та торговельні спроможності постачальників;
- 5) економічні можливості та купівельні спроможності покупців.

Для повного розкриття питання також необхідно з'ясувати чинники, від яких залежить конкурентоспроможність продукції (послуги) (техніко-економічна ефективність, комерційні чинники, нормативно-правові чинники).

Для засвоєння другого питання студент має звернути увагу на те, що оцінка конкурентоспроможності продукції полягає у визначенні її рівня, що дає відносну характеристику здатності продукції задовольняти вимоги конкретного ринку в даний період, порівняно з продукцією конкурентів. Потрібно розглянути три стадії процесу оцінки рівня конкурентоспроможності товару (вибір товарів-

аналогів, формування номенклатури критеріїв конкурентоспроможності, визначення рівня конкурентоспроможності товару).

Також потрібно охарактеризувати систему одиничних, групових та інтегральних показників, що застосовують для оцінки рівня конкурентоспроможності, враховуючи що оцінка конкурентоспроможності товару проводиться шляхом зіставлення параметрів аналізованої продукції з параметрами бази порівняння. При цьому можуть використовуватися диференціальний, комплексний і змішаний методи оцінки.

Розкриття третього теоретичного питання полягає у визначенні місця і ролі якості товару у формування його конкурентоспроможності. Необхідно розглянути сутність якості продукції, як економічної категорії, з'ясувати чому саме фактор конкуренції примушує виробників займатися системою якості і загалом конкурентоспроможністю своїх товарів, а потім вже ринок об'єктивно і строго оцінює результати їх діяльності.

Студент має розуміти, чому процес управління якістю повинен охоплювати операції всіх відділів, включаючи ті, які займаються маркетингом, проектно-конструкторськими розробками, технологією, виробництвом, пакуванням, диспетчеризацією і транспортуванням.

Варто також звернути увагу, що велику роль у забезпеченні якості і, як наслідок, конкурентоспроможності продукції відіграють стандартизація та сертифікація.

При опрацюванні останнього питання теми студенти повинні розкрити управління конкурентоспроможністю продукції як процес планування, забезпечення необхідного рівня і підвищення конкурентоспроможності продукції за допомогою цілеспрямованого впливу на умови і чинники, що формують конкурентоспроможність. При цьому варто показати, що конкурентоспроможність продукції створюється в рамках функціонування певних процесів: дослідження, розробки, виготовлення і споживання. Тобто, управління конкурентоспроможністю продукції на різних стадіях здійснюється опосередковано через управління процесами її створення і просування.



Запитання та завдання для обговорення

1. Охарактеризуйте модуль п'яти сил М. Портера.
2. Від яких чинників залежить конкурентоспроможність продукції?
3. Що слід розуміти під поняттям «споживча новизна»?
4. Опишіть стадії процесу оцінки рівня конкурентоспроможності товару.
5. Які існують методи оцінки конкурентоспроможності товарів? 6. Яка різниця між поняттями «стандартизація» та «сертифікація»?
7. В чому полягає сутність диференціального та комплексного методів оцінки конкурентоспроможності товару?
8. Яка основна мета використання предметного та функціонального підходів?
9. Назвіть основні риси розвитку соціально-економічних систем у теперішній час.

10. Який, на Вашу думку, з сучасних підходів є найбільш важливим при управлінні конкурентоспроможності товару?



Питання для поглибленого вивчення

1. Методи визначення рівня монополізму на ринках промислової продукції.
2. Критерії конкурентоспроможності послуг.



Приведіть у відповідність терміни та їх визначення

<i>Термін</i>	<i>Визначення</i>
1) Принцип протилежності цілей і засобів;	А) Споживачі, сегментовані за певними критеріями, мають різну структуру установок і по-різному оцінюють конкурентні переваги і недоліки продукції.
2) Принцип врахування особливостей різних сегментів ринку;	Б) Зміна ряду критеріїв відбивається як на корисності, так і на вартості товару або послуги. Наприклад, підвищення надійності, з одного боку, підвищує стабільність рівня якості, з іншою — знижує ціну споживання.
3) Принцип квазістабільності ринкової кон'юнктури;	В) До номенклатури можуть увійти і характеристики, що перевищують обов'язкові вимоги стандарту, при цьому перевищення обов'язкових вимог може досягатися різними шляхами.
4) Принцип переважно раціональної поведінки суб'єктів ринку;	Г) Кожен споживач, прагне одержати максимум споживчого ефекту на одиницю витрат. З погляду виробника корисність продукції визначається витратно-ціновими чинниками.
5) Принцип оцінки з позиції певного суб'єкта ринку: виробника, продавця, споживача;	Д) Для уникнення внутрішньої неузгодженості основних параметрів оцінки конкурентоспроможності товару, необхідно розглядати такий часовий період, протягом якого повинні бути незмінними психологічні аспекти сприйняття корисності товару суб'єктами ринкових відносин, виробничі можливості виробників і купівельна спроможність споживачів, ринкові позиції конкурентів тощо.
6) Принцип орієнтації на певний тип ринку (внутрішній, зовнішній);	Е) Залежно від суб'єкта ринку вибирається номенклатура групових і одиничних критеріїв.
7) Принцип орієнтації на конкретний сегмент ринку;	Ж) Для експортної продукції умовами є відповідність товару міжнародним стандартам країни імпорту, наявність патентної чистоти
8) Принцип відповідності вимогам технічного законодавства, нормативних і юридичних документів;	З) Суб'єкт вибирає раціональні цілі лише відповідно до його природних і розумних соціальних потреб, ретельно розраховує оптимальний шлях до задоволення потреб.
9) Принцип формування номенклатури критеріїв конкурентоспроможності з врахуванням рекомендованих вимог до товару;	І) Зовнішній ринок диктує вимоги, які пред'являються до будь-якої експортної продукції і є специфічними для кожної країни-покупця (зумовлено особливостями зарубіжних стандартів, умовами експлуатації, національними особливостями країни).
10) Принцип виключення подвійного рахунку.	К) При орієнтації на певний сегмент ринку послуг найбільш універсальним зі всіх критеріїв є рівень доходу, який покладений в основу градації ряду організацій з категорій якості обслуговування.



Одновариантні запитання («Так» чи «Ні»)

1. Комерційні чинники відображають вимоги технічної, екологічної і морально-етичної безпеки використання товару на даному ринку, патентно-правові вимоги.

2. До показників стабільності рівня якості товарів належить: рівень браку, число повернень бракованих партій, число і сума рекламаций; незмінність ряду органолептичних характеристик.

3. Комплексний метод застосовується у випадку, якщо для характеристики якості товару використовується сукупність параметрів, що описують яку-небудь властивість.

4. При оцінці конкурентоспроможності промислової продукції можливо оцінити ступінь впливу на конкурентоспроможність товару чинників, що не піддаються кількісній оцінці.

5. Для того, щоб отримати максимальний прибуток, підприємство повинно забезпечити високу якість своєї продукції.

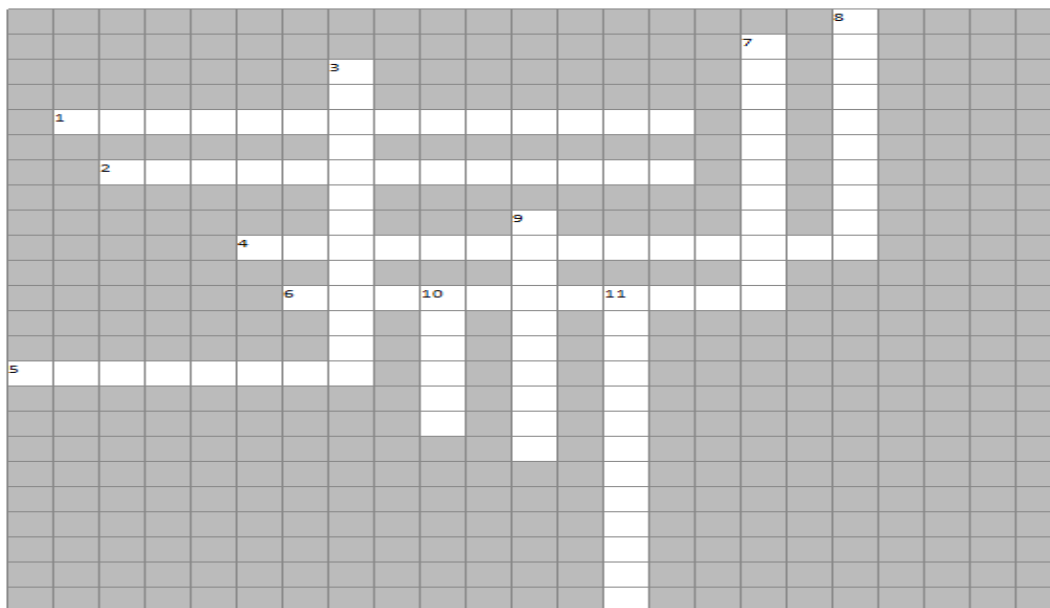


Практичні завдання

1. Ребус (розшифруйте фразу).



2. Кросворд



<i>По горизонталі:</i>	<i>По вертикалі:</i>
<p>1. Діяльність по встановленню у нормативних документах певних вимог (норм, правил та характеристик) з метою забезпечення безпеки продукції (послуг) для оточуючого середовища, життя, здоров'я та майна споживачів, технічної та інформаційної сумісності та якості продукції та послуг у відповідності до рівня розвитку науки, техніки та технології.</p> <p>2. Метод оцінки конкурентоспроможності товару базується на використанні і співставленні одиничних параметрів аналізованої продукції та бази порівняння.</p> <p>4. Який підхід управління конкурентоспроможністю товару полягає в тому, що потреба розглядається як сукупність функцій, які потрібно виконати для її задоволення.</p> <p>5. Метод оцінки конкурентоспроможності товару оцінки конкурентоспроможності використовується частина параметрів розрахованих диференціальним методом і частина параметрів, розрахованих комплексним методом.</p> <p>6. Метод оцінки конкурентоспроможності товару застосовується у випадку, якщо для характеристики якості товару використовується сукупність параметрів, що описують яку-небудь властивість.</p>	<p>3. Який підхід управління конкурентоспроможністю товару передбачає орієнтацію на споживача при вирішенні будь-яких завдань щодо підвищення конкурентоспроможності товару?</p> <p>7. Який підхід управління конкурентоспроможністю товару акцентує увагу на постійному відтворенні виробництва товарів для задоволення потреб конкретного ринку з найменшими сукупними витратами на одиницю корисного ефекту у порівнянні з найкращим аналогічним товаром на цьому ринку?</p> <p>8. Підхід управління конкурентоспроможністю товару де удосконалюється існуючий об'єкт.</p> <p>9. Який підхід управління конкурентоспроможністю товару акцентує увагу на постійному відтворенні виробництва товарів для задоволення потреб конкретного ринку з найменшими сукупними витратами на одиницю корисного ефекту у порівнянні з найкращим аналогічним товаром на цьому ринку?</p> <p>10. Прізвище науковця, який розробив фактори, що впливають на конкуренте середовище?</p> <p>11. Процедура підтвердження відповідності, шляхом якої незалежна від виробника (продавця, виконавця) та споживача (покупця) організація документально засвідчує, що продукція відповідає встановленим вимогам.</p>

СЕМІНАРСЬКЕ ЗАНЯТТЯ 3. ФАКТОРИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ МІЖНАРОДНОЇ КОНКУРЕНОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Мета і завдання заняття: розглянути поняття міжнародного ринку, його структуру та класифікацію; визначити чинники, від яких залежить місце підприємства на міжнародному ринку; розглянути фактори, підходи та компоненти національної конкурентоспроможності; визначити стадії конкурентоспроможності національної економіки.

План

1. Міжнародний ринок і ринкові ніші.
2. Підприємство і його місце на міжнародному ринку.
3. Підприємство і конкурентоспроможність галузі та національної економіки.



Основні терміни і поняття:

Міжнародний ринок, ринкова ніша, конкурентоспроможність галузі, національна конкурентоспроможність, картель, синдикат, трест, концерн, ресурсний підхід, факторний підхід, рейтинговий підхід, інвестиції, конкуренція на основі багатства.



Методичні рекомендації

Опрацювання першого питання студент має розпочати з виявлення сутності міжнародного ринку, як сфери міжнародного обміну товарами і послугами, факторами виробництва і фінансування на основі товарно-грошових відносин. Також необхідно дати визначення поняття «ринку», спираючись на теоретико-методологічні напрацювання вітчизняних і зарубіжних вчених, розкрити структуру ринку, розрізняючи в ній продуктову (ресурсну), елементну (технологічну) і територіальну (просторову) складові.

Наступним завданням є засвоєння поняття «ніша ринку» як обмеженого за масштабом виду бізнесу чи сфери господарської діяльності з чітко окресленим колом споживачів. Важливо зрозуміти, що ніша ринку не просто сегмент (або частину сегменту) будь-якого ринку, на якому підприємству зручніше працювати. А це, по-перше, порівняно новий інноваційний вид бізнесу або виробничої діяльності (не обов'язково в науково-технічному плані, а й просто за видом обслуговування або формою господарювання); по-друге, невелика за ємністю, вузькоспеціалізована галузь господарської діяльності. Також необхідно охарактеризувати ознаки ніші ринку.

Розкриття другого питання вимагає від студента звернути увагу на місце підприємства на міжнародному ринку. Для цього спочатку необхідно: розглянути підприємство як самостійний господарюючий статутний суб'єкт, який має права юридичної особи та здійснює виробничу, науково-дослідницьку і комерційну діяльність з метою одержання відповідного прибутку (доходу); визначити види підприємств, що законодавчо виділяються в Україні залежно від форми власності; показати, що кожне підприємство здійснює свою діяльність у двох інтегрованих напрямках економічному і соціальному. І на

завершення питання проаналізувати основні чинники, які визначають місце підприємства на міжнародному ринку (здатність знайти відповідну нішу; здатність підтримувати конкурентну перевагу над іншими фірмами).

Третє питання семінарського заняття вимагає від студента чіткого розуміння того, що проблема управління конкурентоспроможністю підприємства зумовлена складністю самого підприємства як об'єкта управління, наявністю залежності конкурентоспроможності підприємства від умов зовнішнього середовища. І оскільки поняття конкурентоспроможність є багаторівневим, його аналіз і оцінку необхідно пов'язувати з конкретним рівнем (рис. 3.1). Необхідно розрити внутрішню і зовнішню залежність між цими рівнями.

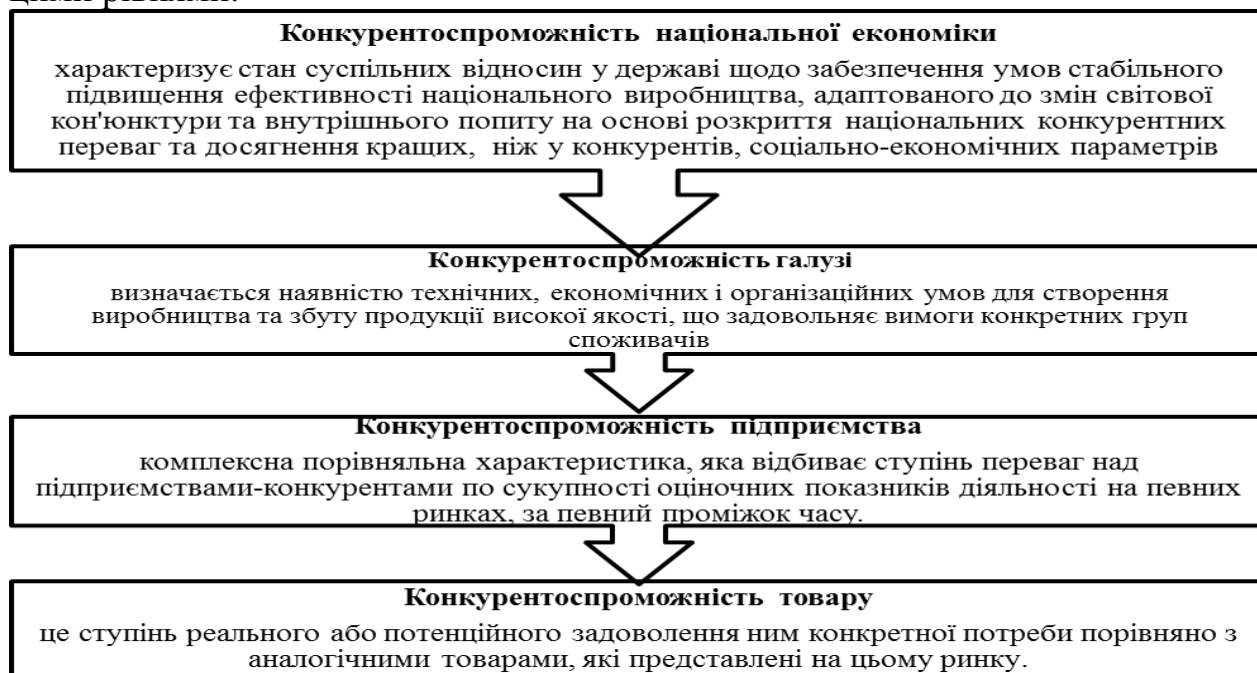


Рис. 3.1 – Ієрархічна структура конкурентоспроможності



Запитання та завдання для обговорення

1. Що є характерним для ринку як системи соціально-економічних відносин щодо товарного обміну?
2. Які фактори є вирішальними при визначенні ніші ринку для підприємства?
3. Якими чинниками визначається місце підприємства (фірми) на міжнародному ринку?
4. Як у світовій економіці називають головну мету функціонування підприємства?
5. Які критерії беруть до уваги для порівняння варіантів виходу фірми на ринки різних країн?
6. Скільки стадій конкурентоспроможності національної економіки?
7. Чим визначається ефективність інноваційно-виробничих процесів?
8. Що є визначенням сутності поняття національної конкурентоспроможності?

9. Які підходи використовують для комплексного оцінювання конкурентоспроможності національної економіки?

10. У яких країнах може мати місце конкуренція на основі нововведень?



Питання для поглибленого вивчення

1. Основні напрями підвищення міжнародної конкурентоспроможності фірми.

2. Пріоритети національної конкурентоспроможності на сучасному етапі.



Приведіть у відповідність терміни та їх визначення

Термін	Визначення
1. Консорціум	а) це таке монопольне об'єднання, за якого прибутки потрапляють до спільних фондів, після чого здійснюється узгоджений їх розподіл відповідно до результатів експлуатації певної частини ринку, причому в заздалегідь обумовленій пропорції.
2. Пул	б) це специфічна форма поєднання економічних потенціалів ринкових агентів. Вони є структурами, які виникають на базі тимчасових угод між кількома банківськими та промисловими корпораціями, фірмами з метою реалізації певних спільних проектів.
3. ТНК	в) це таке об'єднання підприємців, учасники якого узгоджують між собою обсяги виробництва, поділ ринків збуту, ціни, умови продажу та найму робочої сили, строки й інші умови платежів. При цьому учасники зберігають виробничу і комерційну незалежність.
4. ТСА	г) це складна форма монополізації господарської діяльності, яка передбачає об'єднання підприємств промисловості, транспорту, торгівлі та банківської сфери
5. Корпорація	д) форма монополістичного об'єднання, за якої учасники зберігають виробничу самостійність, але втрачають самостійність комерційну відповідно до взаємних угод.
6. Трест	е) це концерни, які створюються на міжгалузевих засадах та об'єднують підприємства промисловості, банківсько-кредитні установи, торгові дома й інших суб'єктів господарської діяльності з метою поєднання та акумулювання фінансових коштів і виробничих ресурсів
7. Концерн	є) це організаційна форма бізнесової діяльності, яка заснована на акціонерному капіталі та існує незалежно від своїх власників.
8. Синдикат	ж) це особлива організаційна форма міжфірмових, міжкорпораційних зв'язків двох або більше компаній, у рамках якої здійснюється довгострокова координація економічної діяльності з метою реалізації масштабних виробничих проектів, максимізації результатів технологічної кооперації, скорочення тривалості інноваційних процесів, зниження вартості та ризикованості виробництва.
9. Картель	з) це міжнародні за складом та характером діяльності суб'єкти господарського життя, які функціонують на принципах корпоративної власності з акціонерною формою управління та розподілу прибутків у міжнародному масштабі.
10. ПФГ	і) це форма монополістичного об'єднання, в рамках якої учасники втрачають виробничу, комерційну, а можливо, і юридичну самостійність.



Одноваріантні запитання («Так» чи «Ні»)

1. Невід'ємною ознакою ринку є наявність трьох його суб'єктів: виробників товарів, посередників і споживачів.
2. Дії підприємства на міжнародному ринку визначаються умовами ІНКОТЕРМС.
3. Вибір ніші ринку залежить від її привабливості.
4. Конкурентоспроможність галузі та національної економіки визначають класифікації окремих країн за рівнем розвиненості їхньої індустрії у світовому господарстві.



Практичні завдання

1. За регіональною ознакою виділяються такі міжнародні ринки, як ринок ЄС, ринок країн Балтії, ринок країн СНД, ринок країн ЦЕФТА (Угорщина, Польща, Словаччина, Чехія, Словенія), ринок країн НАФТА (США, Канада, Мексика), Північно-Африканський ринок, ринок країн Азії та Близького Сходу тощо. Охарактеризуйте кожен з цих ринків (характер продукції; основні статті експорту та імпорту; суб'єкти ринкових відносин; які учасники займають лідируючі позиції; проблеми функціонування ринку та перспективи розвитку).
2. Конкуренція на основі нововведень може мати місце в країнах, які перебувають на різних рівнях розвитку економіки. Так, Великобританія досягла стадії нововведень у першій половині XIX ст., США, Німеччина і Швеція – за декілька десятиліть на межі XX ст., Італія і Японія – у 70-х роках XX ст. Охарактеризуйте рівень інноваційної активності у зазначених країнах на сучасному етапі. Визначте сучасних лідерів конкуренції на основі нововведень на міжнародному рівні.
3. Беручи до уваги сучасну політичну ситуацію та враховуючи прагнення України залучитися до євроінтеграційних процесів, керівництво української компанії «Солодких снів», яка успішно займається виробництвом та продажем постільної білизни на внутрішньому ринку, вирішує розширити виробництво та створити філію в одній з європейських країн. Оцініть потенційний рівень конкурентоспроможності національної компанії на європейському ринку. Для оцінювання варіантів, у тому числі для порівняння варіантів виходу на ринок різних країн, беруть до уваги такі критерії: політична і економічна стабільність; витрати виробництва; транспортна інфраструктура; державні пільги і стимули; наявність кваліфікованої і некваліфікованої робочої сили; наявність потрібних постачальників сировини, матеріалів тощо.

СЕМІНАРСЬКЕ ЗАНЯТТЯ 4. АНАЛІЗ І ОЦІНЮВАННЯ МІЖНАРОДНОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Мета і завдання заняття: розглянути сутність міжнародного конкурентного середовища підприємства; визначити показники і чинники міжнародної конкурентоспроможності підприємства; розкрити основні напрямки і програми підвищення міжнародної конкурентоспроможності підприємства.

План

1. Міжнародне конкурентне середовище підприємства.
2. Оцінка рівня та інтенсивності конкуренції на світових ринках.
3. Показники і фактори міжнародної конкурентоспроможності підприємства.
4. Основні напрямки і програми підвищення міжнародної конкурентоспроможності підприємства.



Основні терміни і поняття

Конкурентоспроможність підприємства, маркетингове середовище, монополістична конкуренція, олігополістична конкуренція, чиста монополія, чинники конкурентоспроможності, інтенсивність конкуренції, стимулювання конкуренції, раціональний попит, споживча цінність товару.



Методичні рекомендації

Під час опрацювання першого питання слід з'ясувати особливості конкурентного середовища підприємства, що визначаються типом конкуренції на певному ринку (середовище досконалої (чистої) конкуренції, середовище монополістичної конкуренції, олігополістичний ринок, середовище чистої монополії).

Розкриття другого теоретичного питання вимагає від студента розуміння того, що оцінку рівня та інтенсивності конкуренції на світових ринках можна здійснити за допомогою взаємопов'язаних процедур:

1. Характеристика державної політики у галузі регулювання конкуренції.
2. Оцінка можливості появи нових конкурентів.
3. Визначення характеру впливу споживачів і постачальників продукції на інтенсивність конкуренції.
4. Особливості впливу товарів-замінників.
5. Оцінювання характеру розподілу ринкових часток між конкурентами.
6. Аналіз темпів зростання ринку.
7. Аналіз рентабельності ринку.

При опрацюванні третього питання необхідно розкрити показники і фактори міжнародної конкурентоспроможності підприємства. Ці фактори можна поділити на внутрішні (рівень якості управління компанією, тобто рівень підготовки менеджерів, уміння правильно вести ділові операції в умовах постійних змін на ринку; рівень продуктивності праці, технологічний фактор,

тобто технічний рівень продукції й параметри технології виробництва) й зовнішні (макроекономічна стабільність і передбачуваність економічної політики; участь країни в міжнародній торгівлі та інвестуванні; ступінь відповідності державної політики вимогам конкуренції; ефективність функціонування ринків капіталу й якість фінансових послуг; рівень розвитку новітньої інфраструктури в країні; розвиток науково-технологічного потенціалу та інше).

Для належного розкриття четвертого питання потрібно проаналізувати основні проблеми, які перешкоджають успішній реалізації конкурентних переваг, а саме технологічну відсталість вітчизняних підприємств та наявність несприятливого бізнес-клімату в українській державі. Також потрібно звернути увагу, що у більшості випадків продукція виявляється неконкурентоспроможною внаслідок відсутності відповідних сертифікатів якості або використання таких систем оцінки якості товарів, які не відповідають загальноприйнятим у світі. Крім цього студент має визначити напрями підвищення міжнародної конкурентоспроможності вітчизняних підприємств в основному виділяють.



Запитання і завдання для обговорення

1. Чи можна ототожнювати конкурентне середовище підприємства з його маркетинговим середовищем?
2. Які основні завдання у маркетинговій політиці підприємства передбачає середовище монополістичної конкуренції?
3. Чим відрізняється середовище олігополістичної конкуренції від середовища чистої монополії?
4. Як впливає поява нових конкурентів на цінову політику підприємства?
5. Чим характеризується державна політика у галузі регулювання конкуренції?
6. У чому полягає фінансова політика стимулювання конкуренції?
7. У чому виражається вплив постачальників продукції на інтенсивність конкуренції?
8. На чому ґрунтується концепція загального управління якістю Едварда Демінга?
9. Сформулюйте правило цінової привабливості товарів – замінників.
10. Які агреговані фактори визначають інтенсивність конкуренції на ринку?



Питання для поглибленого вивчення

1. Концепція загального управління якістю (Едвард Демінг).
2. Вплив постачальників продукції на інтенсивність конкуренції.
3. Державна політика у галузі регулювання конкуренції.



Приведіть у відповідність терміни та їх визначення

<i>Термін</i>	<i>Визначення</i>
1) Прибуток	а) економічна політика, спрямована на запобігання монопольній діяльності, її обмеження та припинення, а також на розвиток конкуренції.
2) Лідерство у цінах	б) законодавчо закріплює виключні права на відкриття, винаходи, ноу-хау тощо.
3) Антимонопольна політика	в) сукупність організаційної структури, методик, процесів і ресурсів, які необхідні для загального керівництва якістю на підприємстві.
4) Стандартизація продукції	г) різниця між валовим доходом і валовими витратами.
5) Патентно-ліцензійна політика	д) ситуація ринку, яка характеризується перевищенням попиту над пропозицією.
6) Ринок з високою рентабельністю	е) встановлення і застосування єдиних правил з метою упорядкування, узаконення й запровадження показників і норм якості продукції, а також відпрацювання у сфері виробництва технологічних процесів і операцій відповідно до цих вимог.
7) Система якості	є) засіб, який дозволяє олігополісту координувати свою цінову політику, не вступаючи в таємні альянси.



Одноваріантні запитання («Так» чи «Ні»)

1. В умовах досконалої конкуренції ні покупці, ні продавці не можуть впливати на поточну ринкову ціну товару.

2. Активна цінова конкуренція визначається неможливістю досягати бажаних результатів за допомогою маніпуляції цінами, тому що конкуренти можуть швидко і легко відповісти на зниження і підвищення цін.

3. Для монополіста, який діє на міжнародному ринку, конкуренція з імпортною продукцією неминуха.

4. Споживачі купують більшу частину продукції, яка вироблена підприємством, і за рахунок цього чинять тиск на нього під загрозою збільшення обсягів закупок.

5. Постачальники впливають на конкурентну боротьбу в галузі, головним чином, за допомогою двох засобів – обсягу постачання та інновацій.



Практичне завдання

1. Проаналізуйте Інтернет-публікації та визначте основні напрями і програми підвищення міжнародної конкурентоспроможності підприємства.

Публікації:

- Нижник В.М. Механізми підвищення конкурентного потенціалу промислових підприємств за умов поглиблення міжнародної конкуренції [Електронний ресурс] / В.М.Нижник – Режим доступу: http://mev-hnu.com/load/2013/7_konkurentnij_potencial_pidpriemstva_metodi_ta_mekhanizmi_pidvishhennja/37-1-0-190

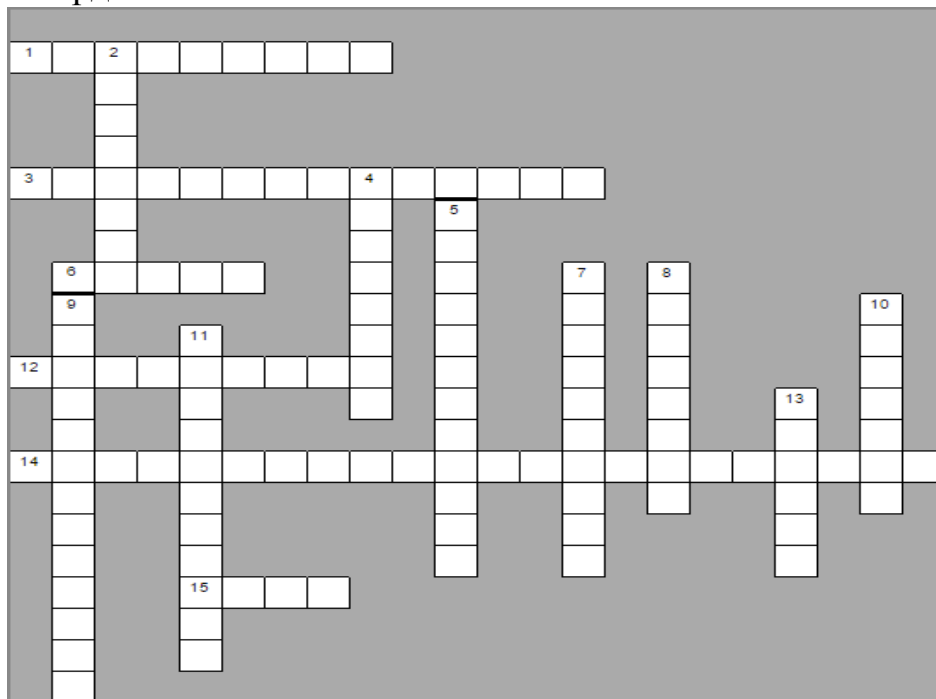
- Концепція Державної програми підвищення конкурентоспроможності національної економіки на 2007-2015 роки [Електронний ресурс]. – Режим доступу:<http://iee.org.ua/ru/publication/85/>

- Напрями підвищення конкурентоспроможності підприємств транспортного машинобудування[Електронний ресурс]. – Режим доступу:<http://ufpp.kiev.ua/napryami-pidvishhennya-konkurentospromozhnosti-pidpriyemstv-transportnogo-mashinobuduvannya/>

2. Назвіть сильні та слабкі сторони стану конкурентного середовища в Україні та поясніть, які заходи здійснено, щоб поліпшити та вдосконалити конкурентоспроможність України використовуючи Інтернет-публікацію: Очеретина М. Оцінка стану конкурентного середовища в Україні за даними міжнародних рейтингів [Електронний ресурс] / Марія Очеретина. – Режим доступу:

http://www.google.com.ua/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=20&ved=0CFkQFjAJOAo&url=http%3A%2F%2Ffirbis-nbu.gov.ua%2Fcgi-bin%2Ffirbis_raj

3. Кросворд



По горизонталі:	По вертикалі:
<p>1. Повний контроль над ціною. 3. Тип конкуренції, за якої фірми спеціалізуються на конкретному типі товару. 6. Перепона на шляху виходу на ринок. 12. Тип конкуренції, за якої продукція фірм ідентична. 14. Здатність перевершити конкурентів. 15. Грошовий вираз вартості.</p>	<p>2. Тип конкуренції, за якої відбувається вдосконалення якості продукції. 4. Особа, яка купує та використовує продукцію. 5. Первинна ланка економіки. 7. Організація таємних альянсів. 8. Різниця між доходами та витратами. 9. Поліпшення властивостей. 10. Видатки факторів виробництва. 11. Боротьба суб'єктів на ринку. 13. Сукупність властивостей і характеристик товару.</p>

ТЕМА 5. СТРАТЕГІЇ МІЖНАРОДНОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ

Мета і завдання заняття: проаналізувати поле міжнародних конкурентних стратегій; визначити типи стратегій міжнародної конкурентоспроможності; з'ясувати, які існують методики розробки та оцінювання ефективності стратегій міжнародної конкурентоспроможності.

План

1. Показники, що впливають на вибір міжнародних конкурентних стратегій.
2. Типи стратегій міжнародної конкурентоспроможності.
3. Конкурентні стратегії в сфері масового виробництва.
4. Конкурентні переваги вузької спеціалізації.
5. Корпоративні стратегії диверсифікації.
6. Конкурентні стратегії у сфері малого бізнесу.
7. Конкурентні інноваційні стратегії.
8. Оцінка ефективності стратегій міжнародної конкурентоспроможності.



Основні терміни і поняття

Багатонаціональна конкуренція, глобальна конкуренція, віоленти, комутанти, пацієнти, експлеренти, ланцюжок цінностей, силова стратегія конкурентної боротьби, стратегія придушення конкурентів, тактика «спритного другого», якість, сервіс, реклама, стагнація, помірне зростання, ніша, диверсифікація, корпоративна стратегія диверсифікованої компанії, стратегія концентричної диверсифікації, стратегія горизонтальної диверсифікації, стратегія конгломератної диверсифікації, стратегія продажу і ліквідації бізнесу, стратегія відновлення, стратегія економії, реструктуризація портфеля, стратегія транснаціональної диверсифікації, малі підприємства, фірма-піонер, SWOT-аналіз.



Методичні рекомендації

При опрацюванні першого питання потрібно охарактеризувати показники, що впливають на вибір міжнародних конкурентних стратегій, зокрема, ринкову позицію фірми і динаміку її зміни, кількість конкурентів і характер конкуренції на ринку, виробничий і технологічний потенціал підприємства, вид продукції, а також інші чинники середовища функціонування.

У другому питанні семінарського заняття необхідно проаналізувати типи стратегій міжнародної конкурентоспроможності, які виділяються залежно від ступеню стандартизації бізнесу: віолентна («силова») стратегія; патієнтна (нішова) стратегія; комутантна (приспосовницька) стратегія; експлерентна (піонерська) стратегія.

Розкриття третього теоретичного питання вимагає від студента звернути увагу на конкурентні стратегії в сфері масового виробництва. Слід показати,

що великі підприємства, що здійснюють масове виробництво мають великий ресурсний потенціал і тому для них характерна силова, конкурентна та інноваційна поведінка на ринку. Ці фірми мають великі розміри, філіали, представництва, великі витрати на НДДКР, на виробництво, на збут. Також необхідно розкрити постійну проблему великого підприємства – завантаження потужностей, через це особливо важливим є успішне вирішення проблеми залучення споживача. І на завершення питання охарактеризувати фірми, які застосовують силову стратегію і одержали назву "горді леви", "могутні слони", "неповороткі бегемоти".

При опрацюванні четвертого питання необхідно з'ясувати конкурентні переваги вузької спеціалізації. При цьому студент має розуміти, що багато які малі, середні і навіть великі підприємства досягають успіху в конкурентній боротьбі не тільки з рівними, а й з значно більш потужними суперниками, застосовуючи нішову стратегію, головною складовою якої є ставка на диференціацію продукту і необхідність зосередження максимуму зусиль на вузькому сегменті ринку.

У п'ятому питанні семінарського заняття необхідно проаналізувати корпоративні стратегії диверсифікації, а саме стратегію концентричної диверсифікації, стратегію горизонтальної диверсифікації, стратегію конгломератної диверсифікації, стратегію продажу і ліквідації бізнесу, стратегію відновлення, економії та реструктуризації портфеля, стратегію транснаціональної диверсифікації. При цьому студент має розуміти, що вказані підходи до диверсифікації корпорації не є взаємовиключними. Вони можуть застосовуватися в різних комбінаціях: компанія з домінуючою спрямованістю; вузько диверсифікована компанія, яка має декілька (від двох до п'яти) основних напрямків діяльності, які пов'язані між собою; багатогалузева компанія, яка диверсифікована за декількома непов'язаними напрямками, але яка включає в себе ряд уже пов'язаних підприємств у межах кожного напрямку.

Шосте питання теми присвячене вивченню конкурентних стратегій у сфері малого бізнесу. Варто розуміти, що стратегії малих підприємств спрямовані на мінімізацію конкурентної боротьби з великими і середніми фірмами та на максимальне використання переваг малого бізнесу, особливо в плані гнучкості. Тому потрібно розглянути: стратегію копіювання; стратегію оптимального розміру; стратегію участі у виробництві товару великої організації; стратегію використання переваг великої організації.

Сьоме питання теоретичного блоку семінарського заняття вимагає від студента чіткого розуміння особливостей конкурентних інноваційних стратегій. Необхідно виділити наступні інноваційні стратегії: 1) традиційна інноваційна стратегія; 2) імітаційна інноваційна стратегія; 3) наступальна інноваційна стратегія; 4) оборонна інноваційна стратегія; 5) опортуністична інноваційна стратегія; 6) залежна інноваційна стратегія.

При опрацюванні восьмого питання необхідно з'ясувати, як оцінити конкретну стратегічну позицію компанії, проаналізувавши показники 5 блоків (ефективність діючої стратегії; сила і слабкість компанії, її можливості; конкурентоспроможність ціни та витрати компанії; міцність конкурентної

позиції компанії; стратегічні проблеми компанії), використовуючи при цьому чотири аналітичних методи: SWOT-аналіз, аналіз ланцюжка цінностей, аналіз витрат та оцінювання конкурентоспроможності.



Запитання і завдання для обговорення

1. Які існують чотири характерні особливості міжнародних операцій та в чому їх сутність?
2. В чому різниця між багатонаціональною та глобальною конкуренцією?
3. В чому сутність віолентної та патієнтної стратегій?
4. Які основні особливості конкурентних стратегій в сфері масового виробництва?
5. Чи можна класифікувати причини, які породжують диференціацію продуктів?
6. За якими двома напрямками може розвиватися фірма, що уникла поглинання?
7. Що таке диверсифікація та які її причини?
8. В чому специфічні риси малих підприємств, які концентрують свої зусилля на локальних потребах?
9. Який зв'язок між фірмами-піонерами та конкурентними інноваційними стратегіями?
10. Як оцінити конкретну стратегічну позицію компанії?



Питання для поглибленого вивчення

1. «Теорія економічного розвитку» (А. Шумпетер).
2. Стратегії продажу і ліквідації бізнесу: реалії сучасності



Приведіть у відповідність терміни та їх визначення

Термін	Визначення
1) Конкурентна стратегія фірми	а) стратегія, спрямована на максимально швидке задоволення невеликих за обсягом короткочасних, часто мінливих потреб
2) Віолентна стратегія	б) стратегія, пов'язана з докорінною зміною стратегічних зон бізнесу і товарного асортименту фірми
3) Патієнтна стратегія	в) стратегія, орієнтована на випуск обмеженої кількості спеціалізованої продукції високої якості
4) Комутантна стратегія	г) пошук можливостей росту на існуючому ринку за рахунок нової продукції, відмінної від використовуваної
5) Експлерентна стратегія	д) властивість продуктів компанії певним чином вирізнятися від продуктів конкурентів і ця особливість складає певну цінність для їх покупців.
6) Стратегія горизонтальної диверсифікації	е) стратегія домінування на великому ринку, орієнтована на високу продуктивність і зниження витрат виробництва, а отже, і зниження ціни продаж
7) Стратегія концентричної диверсифікації	ж) план дій, спрямований на досягнення успіху у конкурентній боротьбі на певному ринку
8) Диверсифікація	з) використання переваг продукту фірми на вузьких сегментах ринку

9) Стратегія конгломератної диверсифікації	и) підприємство розширюється за рахунок виробництва технологічно пов'язаних з колишньою продукцією нових товарів і продуктів, що реалізуються на ринках
10) Диференціація продукції	к) стратегія, яка орієнтована на радикальні нововведення й прищеплювання нових потреб і попиту на принципово нові товари
11) Спеціалізація продукції	л) створення нових видів продукції, подібної до тієї, яку виробляє підприємство



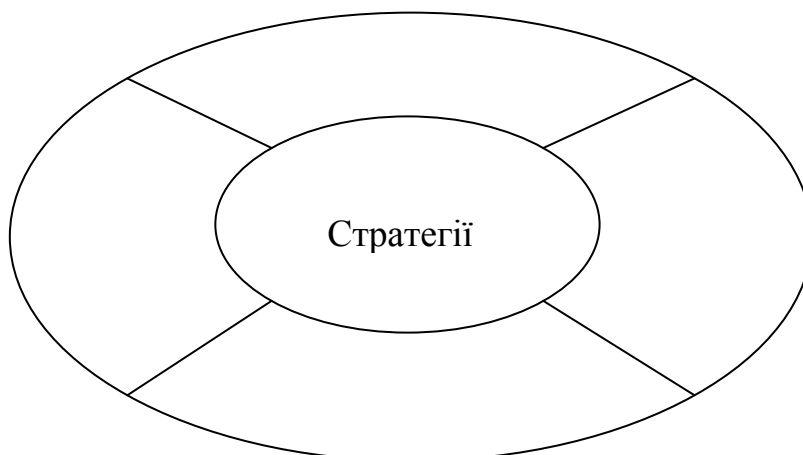
Одноваріантні запитання (вказати ТАК чи НІ)

1. У багатонаціональній конкуренції фірми борються за лідерство на міжнародному ринку, в той час як у глобальних галузях фірми борються за панування на національному ринку.
2. Експериментна стратегія пов'язана зі створенням нових або радикальним перетворенням старих сегментів ринку.
3. Великі фірми, які виробляють товари масового споживання, застосовують силову стратегію.
4. Стратегія конгломератної диверсифікації фокусує свою увагу на скороченні масштабу диверсифікації та зменшенні кількості підприємств.
5. Основними причинами, що породжують диференціацію продуктів, є існуючі між різними товарами відмінності в якості, сервісі, рекламі.



Практичне завдання

1. Впишіть у схему основні типи стратегій конкурентної боротьби та розподіліть компанії між ними: ParkerPen, Coca-cola, Apple(1980), WaltDisney, Mcdonald's, Starbucks, Google, АО «Мотор Січ», АО «Запоріжтрансформатор», ПАТ «Яготинський маслозавод», ПАТ "Запорізький хлібокомбінат № 1.



2. Зробити SWOT-аналіз однієї з компаній, перерахованих у завданні 1. Заповнити таблицю:

Потенційні внутрішні сильні сторони	Потенційні зовнішні можливості фірми
- - -	- - -
Потенційні внутрішні слабкі сторони	Потенційні зовнішні загрози
- - -	- - -

3. Аргументуйте або спростуйте наступні тези:

1. Інтернаціоналізація економіки у другій половині минулого століття зумовила посилення стратегічного напрямку у діяльності конкуруючих підприємств на світових ринках. Актуальним питанням стали вибір та формування стратегії конкурентної поведінки, що забезпечували б довготривалу перемогу не лише на національному рівні, але і на міжнародних ринках.

2. Створення віолента вимагає великомасштабних інвестицій. Для успіху на ринку велика корпорація повинна здійснити взаємозв'язані інвестиції в трьох напрямках: створення великого виробництва; створення загальнонаціональної, а потім і інтернаціональної збутової і маркетингової мережі; створення ефективного управлінського апарату.

СЕМІНАРСЬКЕ ЗАНЯТТЯ 6. СИСТЕМА УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА НА СВІТОВОМУ РИНКУ

Мета і завдання заняття: розглянути сутність управління конкурентоспроможністю підприємства на світовому ринку; дати характеристику діагностики стану міжнародної конкурентоспроможності підприємства; розкрити концептуальну модель процесу управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства; ознайомитись з поняттями економічна діагностика.

План

1. Сутність, цілі та завдання управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства.
2. Методологічна основа управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства.
3. Концептуальна модель процесу управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства.
4. Діагностика стану міжнародної конкурентоспроможності підприємства.

5. Діагностика стану внутрішнього середовища підприємства.

6. Оцінка фінансової конкурентоспроможності підприємства.



Основні терміни і поняття:

Діагностика міжнародної конкурентоспроможності підприємства, формалізація процесу управління, діагностичний аналіз, конкурентоспроможність підприємства, управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства, об'єкти управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства, суб'єкти управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства.



Методичні рекомендації

При опрацюванні першого теоретичного питання необхідно розкрити сутність, цілі та завдання управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства. При цьому студенту варто розуміти, що управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства являє собою напрям менеджменту підприємства, спрямованого на формування, розвиток і реалізацію конкурентних переваг та забезпечення життєздатності підприємства як суб'єкта міжнародної економічної діяльності. Варто показати, що проблема міжнародної конкурентоспроможності підприємств має не тільки мікроекономічний зміст, а й загальнодержавний характер. Неюхідно визначити об'єкти і суб'єкти управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства.

Друге питання теоретичного блоку семінарського заняття вимагає від студента розуміння методологічної основи управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства як сучасної теорії та практики менеджменту, концептуальних положень, принципів та інструментів, які містяться в домінуючих його концепціях (підходах) – процесному, системному, ситуаційному та стратегічному. Потрібно охарактеризувати кожен з них.

Розкриття третього питання вимагає від студента звернути увагу на прикладне використання теоретичної моделі управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства, що можливе лише за умови формалізації його як процесу. Необхідно зазначити етапи процесу управління розкрити зміст кожного з них.

Опрацювання четвертого питання студент має розпочати з визначення сутності «економічної діагностики» та «діагностики міжнародної конкурентоспроможності підприємства». Наступним кроком при ознайомленні з даним питанням є розкриття процесу діагностики проблеми міжнародної конкурентоспроможності підприємства (рис. 6.1).

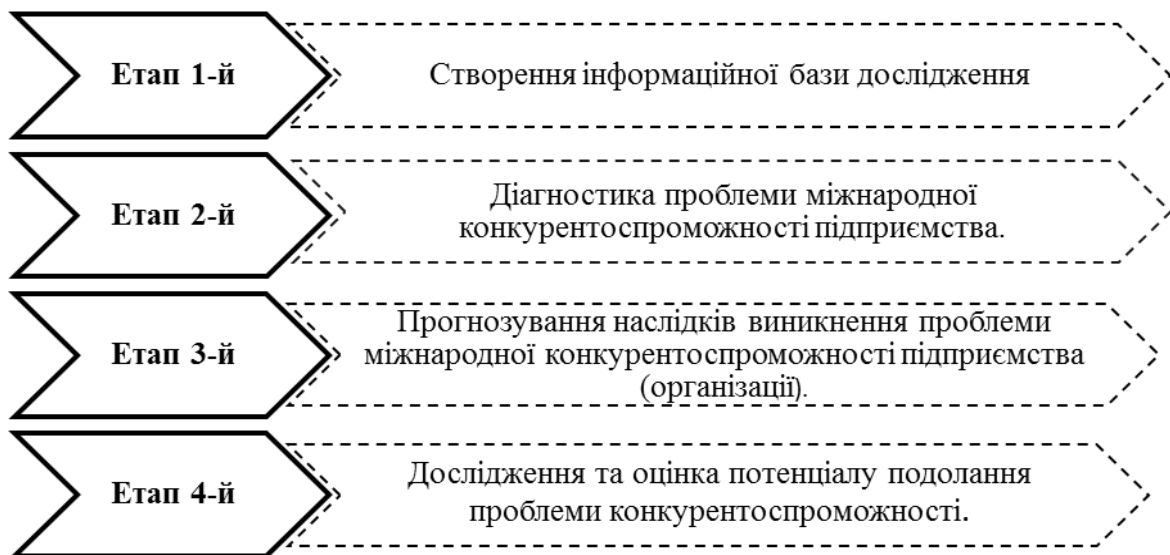


Рис. 6.1 - Процес діагностики проблеми міжнародної конкурентоспроможності підприємства

При опрацюванні п'ятого питання студенту необхідно усвідомити, що діагностичне дослідження, має не тільки надавати суб'єкту управління поглиблений аналіз проблеми міжнародної конкурентоспроможності підприємства та прогнозувати її наслідки, але й визначати наявні у підприємства внутрішні сили протистояння, мобілізація яких забезпечує подолання проблеми та відтворення рівня міжнародної конкурентоспроможності підприємства.

Шосте питання присвячене оцінці фінансової конкурентоспроможності підприємства. Слід охарактеризувати основні напрямки оцінки фінансової конкурентоспроможності підприємства, а саме склад та структуру капіталу підприємства, ефективність його авансування в необоротні активи та оборотний капітал, обсяги грошових надходжень та видатків, фінансові результати господарювання, рентабельність фінансово-господарської діяльності, фінансове становище та платоспроможність підприємства.



Запитання та завдання для обговорення

1. Як ви розумієте поняття управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства (УМКП)?
2. Які завдання та цілі УМКП?
3. Які існують об'єкти УМКП?
4. Які етапи діагностики проблеми міжнародної конкурентоспроможності підприємства?
5. До чого призводить забезпечення фінансової конкурентоспроможності підприємства?
6. Які етапи виділяє концептуальна модель процесу УМКП?
7. Що таке економічна діагностика?
8. В чому різниця між динамічним, порівняльним та еталонним аналізами?
9. На що спрямоване УМКП?

10. Поясніть, чому посилюється значення використання адаптивних систем управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства.

11. Обґрунтуйте своє розуміння ролі діагностики проблеми міжнародної конкурентоспроможності підприємства.

12. Охарактеризуйте основні напрямки оцінки фінансової конкурентоспроможності підприємства.



Питання для поглибленого вивчення

1. Прогнозування наслідків виникнення проблеми міжнародної конкурентоспроможності підприємства (організації).

2. Методичний інструментарій процесу діагностики.

3. Фактори, що впливають на фінансову конкурентоспроможність підприємств.



Приведіть у відповідність терміни та їх визначення

Термін	Визначення
1. Функція «цілевизначення»	А) передбачає розробку стратегії та тактики Реалізації цілей та завдань, складання планів та графіків реалізації окремих заходів нарощування конкурентоспроможності як в цілому по підприємству, так і по його окремих структурних підрозділах
2. Функція «планування»	Б) обумовлює орієнтацію управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства на досягнення певних цілей, під якими розуміється майбутній рівень конкурентоспроможності об'єкта управління, якого передбачається досягти
3. Функція «планування»	В) в процесі управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства забезпечує практичну реалізацію прийнятих планів і програм
4. Функція «організація»	Г) здійснюється шляхом розробки різноманітних планів
5. Функція «мотивація»	Д) забезпечує нагляд і перевірку відповідності рівня конкурентоспроможності підприємства вимогам зовнішнього середовища, передбачає розробку стандартів його перебігу у вигляді певної системи кількісних показників
6. Функція «контроль»	Е) забезпечує вибір конкретної тактики адаптації підприємства до вимог зовнішнього середовища з великою кількістю альтернативних варіантів, які мають бути розроблені та запропоновані фахівцями з міжнародного менеджменту.
7. Функція «прийняття рішень»	Є) забезпечує використання мотиваційних регуляторів суб'єктів управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства.
8. Функція «комунікація»	Ж) забезпечує процес обміну інформацією між суб'єктами управління — керівництвом, власниками та персоналом підприємств, органами державного регулювання зовнішньоекономічною діяльністю в країні.



Одноваріантні запитання (вказати ТАК чи НІ)

1. Четвертий етап процесу управління – обґрунтування необхідності та можливостей управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства

2. Економічна діагностика – стан економічного об'єкта за певними ознаками.

3. Системний підхід передбачає системне бачення функціонування підприємства як складної динамічної соціально-економічної, відкритої та недетермінованої економічної одиниці.

4. Діагностичний аналіз – коротке дослідження різних аспектів діяльності підприємства з метою виявлення проблемних областей і одержання попередніх оцінок поточного стану.



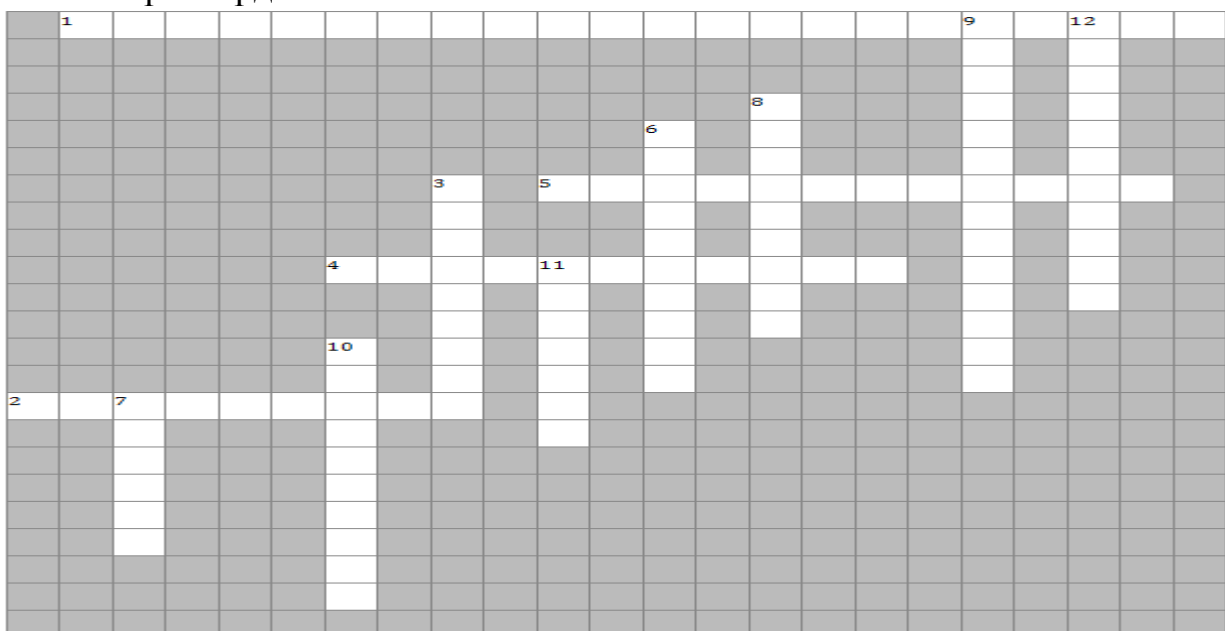
Практичні завдання

1. Проаналізуйте Інтернет-публікації та визначте яким чином підприємство може підвищити свою конкурентоспроможність на міжнародному ринку. Які фактори при цьому воно повинно враховувати?

- Дунська А.Р. Управління міжнародною конкурентоспроможністю вітчизняних підприємств на інноваційній основі [Електронний ресурс] / А.Р. Дунська. – Режим доступу: http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=PDF/ape_2012_7_13.pdf.

- Малихіна С.В. Міжнародна конкурентоспроможність – як пріоритетний фактор розвитку зовнішньоекономічної діяльності підприємств [Електронний ресурс] / С.В. Малихіна. – Режим доступу: http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=PDF/Upsal_2012_10_96.pdf.

2. Кросворд



<i>По горизонталі:</i>	<i>По вертикалі:</i>
<p>1. Сукупність переваг і здатності суб'єкта в порівнянні з йому подібними в боротьбі за досягнення мети, характерної для них, в умовах дії законів певного навколишнього середовища (системи).</p> <p>2. Підхід управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства, при якому процес цілевизначення, планування, організації, мотивації, контролю та прийняття рішень, спрямований на формування конкурентних переваг та забезпечення життєдіяльності підприємства як суб'єкта зовнішньоекономічної діяльності.</p> <p>4. Система принципів і засобів організації та побудови теоретичної і практичної діяльності, а також вчення про цю систему</p> <p>5. ... процесу управління — це розклад, виокремлення і виявлення причинно-наслідкових зв'язків між окремими етапами (блоками) процесу управління та послідовності дій, спрямованих на реалізацію поставленої мети управління.</p>	<p>3. Підхід управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства, який передбачає системне бачення функціонування підприємства як складної динамічної соціально-економічної, відкритої та недетермінованої економічної одиниці.</p> <p>6. ... міжнародною конкурентоспроможністю підприємства — напрям менеджменту підприємства, спрямованого на формування, розвиток і реалізацію конкурентних переваг та забезпечення життєздатності підприємства як суб'єкта міжнародної економічної діяльності.</p> <p>7. ... управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства — рівень міжнародної конкурентоспроможності, необхідний і достатній для забезпечення життєздатності підприємства як суб'єкта міжнародної конкуренції.</p> <p>8. Взаємозв'язаний комплекс дій, які здійснює фірма для досягнення своїх цілей з урахуванням власного ресурсного потенціалу, а також факторів і обмежень зовнішнього середовища.</p> <p>9. Неповноцінність чи неточність інформації про умови підготовки та реалізації господарських рішень, у тому числі зв'язаних з ними витратах і результатах.</p> <p>10. Процес планування, організації, приведення в дію та контроль організації з метою досягнення координації людських і матеріальних ресурсів, необхідних для ефективного виконання завдань.</p> <p>11. Найвища форма організації суспільства, яка забезпечує захист та погодження індивідуальних, групових та загальносуспільних інтересів за допомогою права на певній території.</p> <p>12. Підхід управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства, який акцентує увагу на застосуванні специфічних прийомів та методів управління міжнародною конкурентоспроможністю конкретного підприємства — об'єкта управління, тобто набір обставин, які впливають на рівень конкурентоспроможності підприємства в конкретний період часу.</p>

МОДУЛЬ 2. Міжнародна конкурентоспроможність українських підприємств. Глобальна конкурентоспроможність

СЕМІНАРСЬКЕ ЗАНЯТТЯ 7. КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ (ОРГАНІЗАЦІЙ) НА МІЖНАРОДНИХ РИНКАХ

Мета і завдання заняття: визначити стратегії українських підприємств на зарубіжних ринках; ознайомитись з проблемами інтернаціоналізації української економіки; дослідити формування внутрішніх і зовнішніх умов міжнародної конкурентоспроможності українських підприємств (організацій).

План

1. Зміна форм і методів конкуренції у трансформаційний період.
2. Стратегії українських підприємств на зарубіжних ринках.
3. Проблема інтернаціоналізації української економіки.
4. Формування внутрішніх і зовнішніх умов міжнародної конкурентоспроможності українських підприємств (організацій).
5. Міжнародні перспективи реалізації національних конкурентних переваг.



Основні терміни і поняття

Національна економіка, міжнародний економічний простір, монополізація, антимонопольний комітет, добросовісна конкуренція, управління якістю, цінова політика, управління прибутком, розширення ринку збуту, трансформаційний період, товарна структура експорту, інтернаціоналізація економічної діяльності, зовнішній борг, інвестиційна політика, індекс глобальної конкурентоспроможності, індекс людського розвитку, індекс якості життя, макротехнологія.



Методичні рекомендації

При опрацюванні першого питання студент має розуміти, що для української економіки, яка успадкувала монополю організовані виробництва, створення конкурентного середовища в трансформаційний період є одним з першочергових завдань. Це також є передумовою органічного включення її в міжнародний економічний простір. Для повного розкриття даного питання потрібно проаналізувати правові засади захисту економічної конкуренції, з'ясувати завдання Антимонопольного комітету України, охарактеризувати види добросовісної конкуренції та незаконні методи конкуренції.

Друге питання присвячено визначенню стратегій українських підприємств на зарубіжних ринках. Студент має охарактеризувати стратегії просування національного експорту на світовому ринку, розкрити сутність експортного потенціалу країни, визначити напрями формування стратегії українських підприємств на міжнародних ринках.

Розкриття третього питання дає можливість студенту зрозуміти, що однією з найважливіших рис сучасного економічного розвитку є інтернаціоналізація економіки, яка полягає у процесі посилення взаємозв'язку і взаємозалежності між суб'єктами міжнародних економічних відносин та національними господарствами або економіками різних країн. За сукупністю кількісних і якісних проявів інтернаціоналізація економіки України набувала вочевидь гіпертрофованих форм, що не тільки не дозволяло ефективно реалізовувати конкурентний потенціал країни на міжнародних ринках, але й загрожувало її національній безпеці. Потрібно показати проблеми інтернаціоналізації української економіки, розглянути наслідки співробітництва з міжнародними фінансовими організаціями.

Для засвоєння четвертого питання студент має звернути увагу на формування внутрішніх і зовнішніх умов міжнародної конкурентоспроможності українських підприємств (організацій), розглянути сутність достатнього рівня міжнародної конкурентоспроможності та з'ясувати ефективність реалізації потенціалу конкурентоспроможності.

Останнє питання теми потребує аналізу міжнародних перспектив реалізації національних конкурентних переваг, визначення стадії конкурентоспроможності національної економіки. Варто також ознайомитись з рейтингом конкурентоспроможності національних економік, індексом людського розвитку, індексом якості життя, рейтингом екологічної стійкості.



Запитання і завдання для обговорення

1. В чому сутність Закону України «Про захист економічної конкуренції»?
2. В чому полягають основні завдання Антимонопольного комітету України?
3. Чи належить реклама до добросовісної конкуренції? Обґрунтуйте.
4. Які особливості факторів, що впливають на конкурентоспроможність країни за М. Портером?
5. В чому полягають основні проблеми інтернаціоналізації української економіки?
6. Що є принципово важливим для економічної безпеки держави?
7. Який рівень міжнародної конкурентоспроможності вважається достатнім?
8. Чи можна вважати активну інвестиційну політику однією з умов міжнародної конкурентоспроможності підприємств?
9. Що відносять до внутрішніх умов міжнародної конкурентоспроможності українських підприємств?
10. Що таке індекс економічної свободи та які його основні критерії?



Питання для поглибленого вивчення

1. Стратегічні цілі в реалізації європейського вибору України.
2. Етапи здійснення соціально-економічних перетворень в Україні.



Приведіть у відповідність терміни та їх визначення

<i>Термін</i>	<i>Визначення</i>
1) Монополія	проведення довготермінових якісних і сутнісних структурних змін усіх підсистем економічної системи, передусім відносин економічної власності та господарського механізму з метою підвищення ефективності її розвитку та конкурентоспроможності на світовому ринку.
2) Недобросовісна конкуренція	сфера стійких товарно-грошових відносин між країнами, основою яких є міжнародний поділ праці і інші фактори виробництва.
3) Тіньова економіка	це сукупність відносин (актів) купівлі-продажу товарів і послуг; спосіб взаємодії виробників і споживачів, заснований на децентралізованому, безособовому механізмі цінових сигналів.
4) Демпінг	форма зовнішньоекономічної політики, що є комплексом заходів, спрямованих на сприяння зовнішньоекономічної діяльності, поступове скасування наявних обмежень у зовнішній торгівлі, зниження ставок ввізного та вивізного мит, надання тарифних пільг під час здійснення зовнішньоекономічних операцій
5) Генеральна угода з тарифів і торгівлі	це процес розширення господарської діяльності за межі окремих національних економік у вигляді багатосторонніх коопераційних контактів з метою збільшення продуктивності та підвищення ефективності виробництва.
6) Інтернаціоналізація	міжнародна угода, досягнута 30 жовтня 1947 між 23 державами у Женеві (Швейцарія), згідно з якою кожна з них погодилася забезпечити іншим рівний і недискримінаційний режим торгівлі, скорочувати ставки мита на основі багатосторонніх домовленостей, і з часом усунути імпорتنі квоти. У 1995 перейменовано на СОТ.
7) Лібералізація	це ввезення на митну територію країни імпорту товару за ціною, нижчою від порівнянної ціни на подібний товар у країні експорту, яке заподіює шкоду національному товаровиробнику подібного товару.
8) Ринок	господарська діяльність, яка розвивається поза державним обліком та контролем, а тому не відображається в офіційній статистиці.
9) Світовий ринок	це будь-які дії у конкуренції, що суперечать торговим та іншим чесним звичаям у господарській діяльності.
10) Реструктуризація національної економіки	це тип ринкової структури, коли лише одна фірма пропонує весь ринковий обсяг блага, для якого не існує близьких замінників.



Одноваріантні запитання (вказати так чи ні)

1. Для підвищення міжнародної конкурентоспроможності українських товарів необхідна виважена податкова політика, продумана політика у грошово-кредитній сфері та активна інвестиційна політика.

2. Основна мета стратегії промислово-інноваційної політики України – забезпечити модернізацію та структурну перебудову виробничого потенціалу, знизити його енерго- та матеріалоємність, підвищити конкурентоспроможність.

3. Існують чотири стадії конкурентоспроможності національної економіки: фактор виробництва, інвестицій, нововведення і багатство.

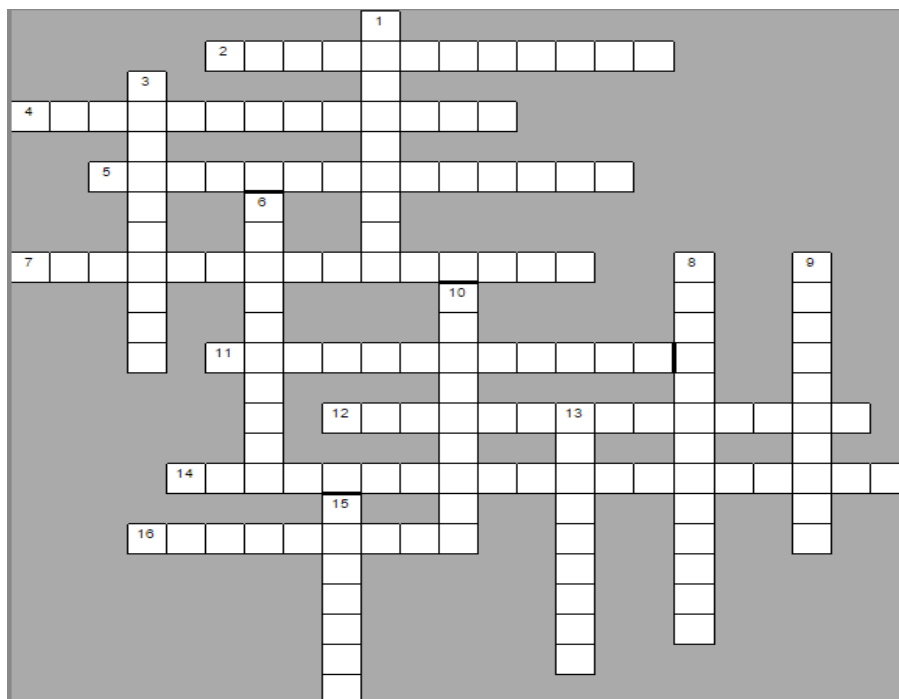
4. Управління якістю, цінова політика, управління прибутком, реклама, створення бренду, розширення ринку збуту – це види недобросовісної конкуренції.

5. Україна має досить велике технологічне відставання в аерокосмічній галузі, ракето- та суднобудуванні, виробництві нових матеріалів, біотехнологія, регулювання хімічних, біохімічних та біофізичних процесів.



Практичне завдання

1. Кросворд



По горизонталі:	По вертикалі:
2. Процес всесвітньої інтеграції та уніфікації.	1. Сукупність ресурсів країни та накопичених благ.
4. Перехід від одного стану економіки до іншого.	3. Довгострокові вкладення капіталу.
5. Тип конкуренції, що суперечить правилам та звичаям.	6. Виробник, що займає домінуюче становище на ринку.
7. Комітет, що забезпечує захист конкуренції.	8. Політика, спрямована на обмеження міжнародної торгівлі.
11. Удосконалення виробничих засобів до сучасного рівня технологічного розвитку.	9. Взаємодія суб'єктів господарської діяльності.
12. Сукупність підприємств і установ господарського комплексу.	10. Виїзд громадян за кордон.
14. Процес розвитку взаємозв'язків між країнами.	13. Приховання процесів в економіці.
16. План діяльності компанії.	15. Продаж за штучно заниженими цінами.

СЕМІНАРСЬКЕ ЗАНЯТТЯ 8. КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ГАЛУЗЕЙ У СВІТОВОМУ ГОСПОДАРСТВІ

Мета і завдання заняття: розглянути сутність та особливості конкуренції у межах галузі; ознайомитись із способами оцінки галузевої конкуренції; визначити поняття міжгалузевої конкуренції; проаналізувати проблеми та перспективи української галузевої конкуренції.

План

1. Сутність та фактори конкурентоспроможності галузей.
2. Оцінка конкурентоспроможності галузей.
3. Міжгалузева конкуренція.
4. Проблеми конкурентоспроможності галузей економіки України.



Основні терміни і поняття.

Конкурентоспроможність в галузі, міжгалузева конкуренція, оцінка галузевої конкурентоздатності, «ромб» Портера, монополізація економіки України, рівні конкуренції, створення українських ТНК.



Методичні рекомендації

Опрацювання першого питання студент має розпочати з визначення поняття „конкурентоспроможність галузі”. Наступним кроком є розкриття факторів (виділених американським вченим М.Портером), які сприяють утриманню конкурентоспроможності галузі: 1) джерела конкурентних переваг низького рангу (фактори виробництва); 2) джерела конкурентних переваг середнього порядку (патентована технологія, диференціація на основі унікальних товарів і послуг, репутація фірми, тісні зв'язки з клієнтами та ін.); 3) постійна модернізація виробництва й інших видів діяльності.

Для засвоєння другого питання студент має звернути увагу на те, що конкурентоспроможність на рівні галузі оцінюється, застосовуючи наступні показники (або їх комбінацію): продуктивність праці; питома оплата праці; капіталоемність і наукоємність; технічний рівень продукції; сукупність знань і наукових досягнень, необхідних для самостійного освоєння продукції та її відтворення; об'єм технічних баз для реалізації наукових проектно-конструкторських розробок; міра експортної орієнтації або імпоротної залежності галузі; міра відповідності рівня розвитку галузі загальному рівню розвитку національного господарства; міра використання продукції в різних галузях народного господарства.

Розкриття третього теоретичного питання вимагає від студента дати визначення поняття «міжгалузева конкуренція» як конкурентна боротьба між товаровиробниками різних галузей промисловості за ринки збуту, сфери вкладання капіталу величину прибутку. Крім того, варто розглянути міжгалузову конкуренцію як процес переливу капіталу з однієї галузі в іншу, завдяки чому стихійно складаються пропорції відтворення суспільного

капіталу. Необхідно звернути увагу на те, що на практиці для переливу капіталу існують перешкоди, які в економічній літературі отримали назву вхідних і вихідних бар'єрів.

Четверте питання семінарського заняття присвячено визначенню проблеми конкурентоспроможності галузей економіки України. При цьому студенту варто розуміти, що основними проблемами галузевої конкурентоспроможності України є монополізація та зародковий стан українських ТНК.



Запитання та завдання для обговорення

1. На аналіз яких складових конкурентного середовища спрямована модель «П'яти сил конкуренції» М. Портера?
2. З чим пов'язана проблема дослідження сутності та виявлення напрямів підвищення конкурентоспроможності галузі?
3. В яких країнах може мати місце конкуренція на основі модернізації?
4. Чому, на Вашу думку, переважна більшість методичних підходів для визначення конкурентних переваг галузей доречні лише за умови випуску стандартизованої продукції?
5. Дайте визначення поняття «міжгалузева конкуренція». В яких формах вона може здійснюватися?
6. На чому ґрунтується функціональна конкуренція? Сформулюйте її основні положення.
7. Що є основними проблемами галузевої конкурентоспроможності України?
8. Як, на Вашу думку, протікає процес створення ТНК в Україні на сьогодні? Наведіть приклади сучасних українських ТНК.



Питання для поглибленого вивчення

1. Проблеми і перспективи конкурентоспроможності сільськогосподарської галузі України.
2. Сучасні проблеми машинобудівної галузі України.



Приведіть у відповідність

Встановіть відповідність між факторами, які сприяють утриманню конкурентоспроможності галузі та їх характеристикою:

Фактори	Характеристика
1) Джерела конкурентних переваг низького рангу (фактори виробництва)	А) На цій стадії конкурентна перевага економіки ґрунтується на готовності і здатності національних фірм до агресивного інвестування. Фірми вкладають кошти в сучасне, ефективне устаткування і кращу технологію.
2) Джерела конкурентних переваг середнього порядку	Б) Володіння великими запасами природних ресурсів може забезпечити високий дохід на душу населення протягом досить тривалого періоду, але не є достатньою підставою для стійкого зростання економіки.
3) Постійна модернізація виробництва й інших видів діяльності	В) Всі елементи, які визначають конкурентоспроможність (стратегія фірм, параметри попиту, споріднені та підтримуючі галузі, параметри факторів), перебувають у дії, і між ними встановлюються тісні зв'язки.



Одновариантні запитання («Так» чи «Ні»)

1. Поняття „конкурентоспроможність” має різні інтерпретації в залежності від об’єкта, до якого воно застосовується.
2. Структура галузі не впливає на визначення правил конкурентної гри, а також потенційних стратегій фірми.
3. Вчений Е. Чемберлін виокремив фактори, які сприяють утриманню конкурентоспроможності галузі.
4. До джерел конкурентних переваг середнього рангу відносять патентована технологія, репутація фірми тощо.
5. М. Портер запропонував розрахувати конкурентні переваги на галузевому рівні, враховуючи лише такі показники, як частка промисловості в світовому експорті та частка кластера в світовому експорті.
6. Міжгалузева конкуренція в економіці може здійснюватися у формах конкуренції за допомогою переливу капіталу або функціональної конкуренції.
7. Законодавство України встановлює кількісні та якісні критерії монопольного становища: кількісні – означають, що частка одного підприємства не повинна перевищувати 35 %.



Практичне завдання

1. Розгляньте матрицю класифікації галузей за наявністю та використанням потенціалу транснаціоналізації. Чи згодні Ви, що вказані галузі відповідають характеристикам? Доповніть матрицю власними прикладами, виходячи із сучасного стану економіки України та тенденцій до транснаціоналізації.

Фактична зарубіжна інвестиційна активність галузей промисловості

висока	Галузі, які мають транснаціональний характер бізнесу вищий за рівень потенціалу МАШИНОБУДУВАННЯ	Галузі - лідери за транснаціональним характером бізнесу ХІМІЯ ТА НАФТОХІМІЯ
низька	Галузі - "аутсайтери" транснаціоналізації бізнесу ВИРОБНИЦТВО ТА РОЗПОДІЛ ЕЛЕКТРОЕНЕРГІЇ, ГАЗУ ТА ВОДИ; ХАРЧОВА ПРОМИСЛОВІСТЬ; ВИРОБНИЦТВО КОКСУ ТА НАІФТОПЕРЕРОБКА	Галузі, які мають транснаціоналізацію бізнесу, нижчу рівня потенціалу МЕТАЛУРГІЯ, ВИДОБУТОК ПЕКК

низький

високий

Індекс потенціалу транснаціоналізації галузей промисловості

2. Розрахуйте показник конкурентних переваг для країни β в класі продуктів діоксиду титану за формулою М. Портера якщо експорт діоксиду титану країною = 0,2 млрд. у.о., загальний світовий експорт = 978 млрд. у.о., світовий експорт діоксиду титану = 12,3 млрд. у.о., загальний експорт країни = 13 млрд. у.о.

3. Аргументуйте або спростуйте наступні тези:

1. У процесі інтеграції України у систему світового господарства її економіка стає дедалі відкритішою внаслідок лібералізації її зовнішньої торгівлі. Але у перехідний період, коли українські товаровиробники не мають досвіду, ні капіталу для повноцінної конкуренції на світових ринках, уряд України має захищати свого товаровиробника.

2. Рівень конкурентоспроможності галузей України на сучасному етапі є дуже низьким. Не зважаючи на значний природний, інтелектуальний та інноваційний потенціали, Україна не використовує свої конкурентні переваги у зв'язку з відсутністю належної структури та технологічною відсталістю виробництва, низькою якістю державних інституцій та високим рівнем корупції тощо.

СЕМІНАРСЬКЕ ЗАНЯТТЯ 9. ОСОБЛИВОСТІ МІЖНАРОДНОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ РЕГІОНІВ

Мета і завдання заняття: розглянути поняття кластерів, їх географічні масштаби та етапи функціонування; ознайомитися з галузевими напрямками кластеризації економіки провідних країн; охарактеризувати етапи становлення концепції міжнародної конкурентоспроможності регіону.

План

1. Регіони як самостійні учасники глобальних конкурентних відносин.
2. Сутність кластерів: їх географічні масштаби та етапи функціонування.
3. Становлення концепції міжнародної конкурентоспроможності регіону.



Основні терміни і поняття:

Кластер, конкурентна перевага, ланцюжок цінностей, глобалізація, географічна концентрація, фактори виробництва, локальна стратегія, глобальна стратегія, спорідненні і підтримуючі галузі, інтернаціоналізація, альянси, дислокація підприємства.



Методичні рекомендації

При опрацюванні першого питання студент має звернути увагу на те, що економічна глобалізація як провідна тенденція розвитку світового господарства не тільки не заперечує, а навіть каталізує динаміку розвитку окремих регіонів і підвищує їх роль у національних та світогосподарських економічних процесах. Потрібно пояснити, чому дедалі частіше регіони аналізуються як самостійні

учасники міжнародних конкурентних відносин, і які виділяють чинники, що обґрунтовують необхідність розробки концепції міжнародної конкурентоспроможності національного регіону.

Розкриття другого питання вимагає від студента дати чітке визначення поняття «кластер», спираючись на теоретико-методологічні напрацювання вітчизняних і зарубіжних вчених. Необхідно розглянути сутність кластерів, географічні масштаби кластерів. Важливо приділити увагу дослідженню етапів функціонування кластерів та конкурентним перевагам кластерів. На завершення питання потрібно з'ясувати шляхи впливу кластерів на конкурентну боротьбу.

В третьому питанні теми потрібно розкрити особливості становлення концепції міжнародної конкурентоспроможності регіону. При цьому важливо виділити етапи розвитку процесу становлення концепції міжнародної конкурентоспроможності національних регіонів, протягом яких формувалися такі три напрями її розвитку, що аналізували регіон як центр експортної спеціалізації; джерело збільшення прибутків; епіцентр акумуляції знань. Основним критерієм систематизації теорій регіонального розвитку є ідентифікація чинників локальної динаміки: від факторних переваг (перший етап) через розвиток міжнародних конкурентних переваг (другий етап) до забезпечення довгострокового інноваційного лідерства регіону у глобальному економічному просторі (третій етап). Необхідно наголосити на певній умовності даної класифікації, оскільки всі три напрями концепції міжнародної конкурентоспроможності регіону формувалися не еволюційно, послідовно змінюючись, а паралельно, здійснюючи взаємний вплив та логічно доповнюючи один одного.



Запитання і завдання для обговорення

1. Що таке кластер? Які форми він може набувати?
2. Які етапи проходить кластер у процесі свого формування? У чому їх суть?
3. Яким чином кластери впливають на міжнародну/національну конкурентну боротьбу? Наведіть приклади.
4. Які особливості має кластер у державах з перехідною економікою?
5. Яким чином розташування фірми впливає на її роль у світовій економіці?
6. Який вплив мають стратегічні альянси на глобальну економічну ситуацію?
7. На основі яких факторів приймається рішення про територіальне розміщення підприємства?
8. Які основні характеристики кластера у виробництві?
9. Які переваги має кластерний метод організації?
10. Які особливості має конкуренція на локальних ринках?



Питання для поглибленого вивчення

1. Кластерна модель інноваційного розвитку регіонів України.
2. Конкурентоспроможність регіонів як передумова зростання конкурентоспроможності країни в контекстх євроінтеграції.



Приведіть у відповідність терміни та їх визначення.

<i>Термін</i>	<i>Визначення</i>
1. Глобалізація	А) комерційна чи некомерційна організація (підприємство), заснована у визначеній організаційно-правовій формі (спільного підприємства, товариства з обмеженою відповідальністю, акціонерного товариства, асоціації, фонду, установи), що має статус юридичної особи і сприяє формуванню інноваційного середовища.
2. Конфігурація	Б) акцентує увагу на тому, в якій мірі розгалужені види діяльності координуються в мережі або залишаються автономними, тобто пристосованими до місцевих обставин
3. Кластер	В) процес універсалізації, становлення єдиних для всієї планети Земля структур, зв'язків і відносин в різних сферах життєдіяльності
4. Бізнес інкубатор	Г) союз між державами для досягнення спільних цілей у певний час; об'єднання окремих осіб, політичних партій, громадських організацій на основі договірних зобов'язань.
5. Етап зародження кластеру	Д) процес усунення митних та інших бар'єрів, що традиційно існували між країнами
6. Інтернаціоналізація	Е) група географічно близьких взаємопов'язаних компаній (постачальники і виробники) і пов'язаних з ними організацій (освітні заклади, органи державного управління, інформаційні компанії) у певній сфері, які характеризуються спільністю діяльності та взаємодоповнюють одна одну
7. Альянс	Є) поєднання компаній у одне ціле і створення нових компаній
8. Координація	Ж) структура, що спеціалізується на створенні умов для ефективної діяльності інноваційних фірм, які реалізують оригінальні науково-технічні проекти
9. Технологічний парк	З) акцентує увагу на тому, де розміщується кожний із видів діяльності в ланцюжку цінностей відповідної фірми
10. Інтеграція	К) процес адаптації продукту, такого як програмне або апаратне забезпечення, до мовних і культурних особливостей регіону (регіонів), відмінного від того, в якому розроблявся продукт



Одноваріантні запитання («Так» чи «Ні»)

1. Поняття „кластеризація” вперше з'явилося у 50-х роках минулого століття в промисловій сфері.
2. Як правило, кластери функціонують лише в умовах розвинутої економіки.
3. Важливість кластерів зменшується з ускладненням конкуренції, кількість кластерів постійно знижується з розвитком економіки.

4. Координування методів технологій і рішень, пов'язаних з об'ємами продукції, що випускається по більшості розгалужених видів діяльності, підвищує ряд потенційних конкурентних переваг.

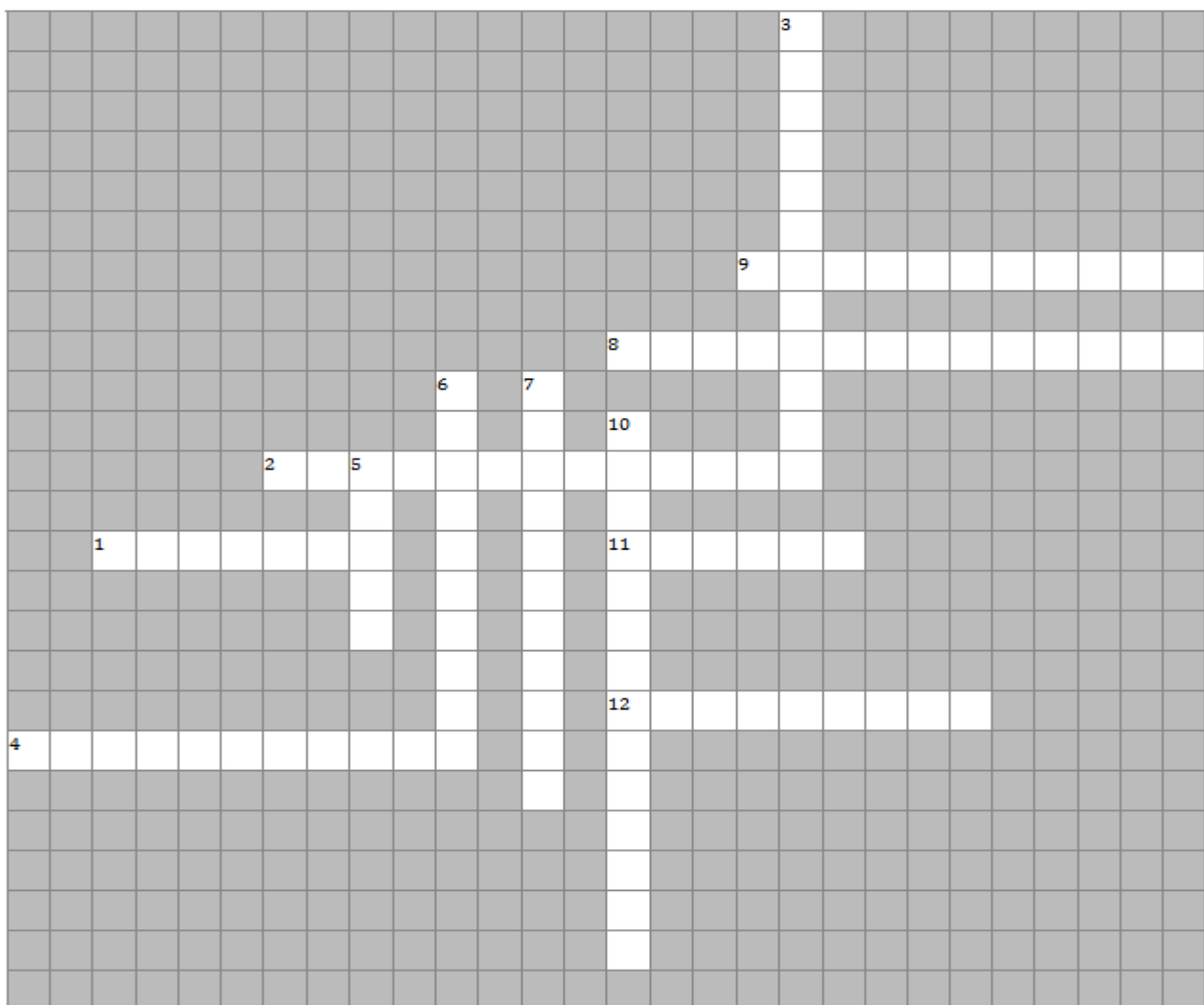
5. Рішення про розміщення підприємств приймається на основі обліку цілого ряду факторів, які необхідно враховувати як на макро- так і мікрорівні.



Практичне завдання

1. Охарактеризуйте будь-який український регіональний кластер за такими критеріями: рік заснування; спеціалізація кластеру (кластерів); які установи та підприємства об'єднані кластером; основні функції; вплив на суспільство та економіку в цілому.

2. Кросворд



<i>По горизонталі:</i>	<i>По вертикалі:</i>
1. Група географічно близьких взаємопов'язаних компаній (постачальники і виробники) і пов'язаних з ними організацій (освітні заклади, органи державного управління, інформаційні компанії) у певній сфері, які	3. Сучасна форма міжнародних відносин, яка характеризується поширенням взаємозалежності між країнами в економічній, політичній і культурній сферах практично на всю

<p>характеризуються спільністю діяльності та взаємодоповнюють одна одну.</p> <p>2. Назва однієї із загальних конкурентних стратегій Майкла Портера, що полягає в орієнтації діяльності підприємства на створення унікальних у будь-якому аспекті продуктів, який визначається важливим достатньою кількістю споживачів.</p> <p>4. Назва однієї із загальних конкурентних стратегій Майкла Портера, що спрямована на підвищення спеціалізації та концентрації діяльності підприємства, з урахуванням вимог певного сегменту без орієнтації на весь ринок.</p> <p>8. Сукупність споруд, будівель, систем і служб, необхідних для функціонування галузей матеріального виробництва та забезпечення умов життєдіяльності суспільства.</p> <p>9. ... ринок.</p> <p>11. Прізвище основоположника кластеризації.</p> <p>12. Процес стимулювання працівників до здійснення ефективної діяльності, спрямованої на досягнення цілей підприємства. Вона необхідна для ефективного виконання прийнятих рішень і запланованих завдань.</p>	<p>земну кулю.</p> <p>5. Господарська організація, що перетворює вихідні ресурси на кінцевий продукт шляхом оптимального комбінування чинників виробництва. Ціль діяльності – прибуток, невід'ємний чинник – господарський ризик.</p> <p>6. Етап функціонування кластера на якому відбувається поєднання компаній у одне ціле і створення нових компаній</p> <p>7. Економічний процес взаємодії і боротьби товаровиробників за найвигідніші умови виробництва і збуту товарів, за отримання найбільших прибутків.</p> <p>10. Самостійна, ініціативна, систематична, на власний ризик господарська діяльність із метою досягнення економічних та соціальних результатів та одержання прибутку.</p>
---	---

3. Співставте основні галузеві напрями кластеризації економіки з відповідними країнами:

Галузеві напрями кластеризації економіки	Країни
1) Легка промисловість:	А) Швеція, Данія, Швейцарія, Нідерланди;
2) Енергетика;	Б) Данія, Швеція, Франція, Італія, Німеччина;
3) Будівництво;	В) Фінляндія;
4) Біотехнології та біоресурси;	Г) Фінляндія, Бельгія, Нідерланди;
5) Охорона здоров'я;	Д) Норвегія, Фінляндія;
6) Фармацевтика та косметика.	Е) Нідерланди, Франція, Німеччина, Велика Британія, Норвегія.

СЕМІНАРСЬКЕ ЗАНЯТТЯ 10. СУЧАСНІ СТРАТЕГІЇ ГАЛУЗЕВОГО ЛІДИРУВАННЯ

Мета і завдання заняття: розглянути та порівняти основні сучасні стратегії галузевого лідирування.

План

1. Концепція «ключових компетенцій» Г. Хамела і К. Прахалада.
2. Ціннісні дисципліни М.Трейсі і Ф.Вірсеми.
3. Екосистема Джеймса Ф.Мура.
4. Теорія гри в бізнес: Адам М. Бранденбургер і Баррі Дж.Нейлбафф.
5. Міграція капіталу (цінностей) та ділові моделі Адріана Сливоцького.



Основні терміни і поняття:

Стратегії галузевого лідирування, ключові компетенції, виробнича досконалість, лідерство по продукту, близькість до споживача, виробнича ефективність, адаптація до споживача, «коеволюція», підприємницька стадія творення, «теорія ігор в бізнесі», «співконкуренція», міграція капіталу, ділова модель, життєвий цикл ділової моделі.



Методичні рекомендації

Опрацювання першого питання полягає у розкритті сутності концепції «ключових компетенцій» Г. Хамела і К. Прахалада. Ключова компетенція підприємства (ККП) – це сформовані на основі досвіду функціонування компанії неповторні і складно відтворювані знання, вміння, технології, ноу-хау тощо, що забезпечують підприємству стійкі та довгострокові конкурентні переваги за рахунок створення додаткової споживчої цінності продукту (чи послуги) та підвищують захисні бар'єри на існуючому ринку. Також необхідно охарактеризувати властивості ключових компетенцій, і на основі вивченого матеріалу визначити роль ключових компетенцій.

У другому питанні студент має ознайомитись з основними положеннями М. Трейсі і Ф. Вірсема щодо мистецтва домінування на ринках та створенні неприступних переваг в конкуренції. При цьому студенту варто зосередитись на їх теорії, що стратегія конкуренції визначається вибором однієї з трьох ціннісних дисциплін: 1) виробнича досконалість; 2) лідерство по продукту; 3) близькість до споживача. Необхідно розкрити сутність цих ціннісних дисциплін і навести приклади компаній за кожною з них.

Розкриття третього теоретичного питання вимагає від студента розуміння того, що на противагу розглянутим вище теоріям, теорія Дж. Мура за основу розвитку бізнесу брала приклад з природних екосистем, де присутня не лише боротьба за виживання, але й співпраця, взаємозалежність, еволюція. Основою цієї стратегії є співпраця з іншими контрагентами, тісні виробничі відносини. Необхідно звернути увагу на чотири передбачувані стадії, що послідовно змінюють одна одну. Через них проходять у своєму розвитку всі

підприємницькі екосистеми. На кожній стадії виникають особливі, властиві лише їй завдання та передбачувані проблеми.

При опрацюванні четвертого теоретичного питання необхідно розкрити зміст теорії гри в бізнес (Адам М. Бранденбургер і Баррі Дж. Нейлбафф). При цьому студенту варто розуміти, що «бізнес – це війна і в той же час мир. Вам доведеться конкурувати, але якщо ви кмітливі, то станете і співпрацювати. Така комбінація співробітництва і конкуренції додає більшу динамічність відносинам».

Опрацювання п'ятого питання дозволить пояснити основну ідею А. Сливоцького: виграш у складній грі в бізнес можливий, якщо компанія вдало обрала ділову модель. Студент має пояснити, що ділова модель включає в себе відбір клієнтів, визначення якості та різноманітності послуг, визначення завдань компанії, розподіл ресурсів, вихід на ринок, створення необхідних умов для залучення клієнтів і отримання прибутку. При цьому варто розуміти, що всередині однієї моделі виділяється три фази її життєвого циклу. Міграція капіталу відбувається саме між діловими моделями, запропонованими споживачам компаніями, але ще до міграції капіталу починають мігрувати цінності споживачів.



Запитання і завдання для обговорення

1. У чому полягає сутність теорії ключових компетенцій?
2. Які існують підходи до аналізу ключових компетенцій підприємства?
3. Які ціннісні дисципліни представлено у роботах М. Трейсі й Ф. Вірсема?
4. Які основні характеристики компаній, що досягли лідерства за продуктом?
5. У чому полягала сутність теорії Джеймса Ф. Мура? Які її особливості?
6. Через які стадії, згідно теорії Джеймса Ф. Мура, проходять у своєму розвитку всі підприємницькі екосистеми?
7. Які особливості мала теорія гри в бізнес Адама М. Бранденбургера і Баррі Дж. Нейлбаффа?
8. Які основні елементи є у будь-якій грі, згідно з теорією гри в бізнес Адама М. Бранденбургера і Баррі Дж. Нейлбаффа? Як може змінюватись гра?
9. Що являє собою ділова модель, покладена в основу напрацювань А. Сливоцького?
10. Чи дозволяє запропонований А. Сливоцьким методологічний підхід, що передбачає аналіз структури ділової моделі з метою визначення її ефективності, по-новому оцінити нинішній рівень і перспективи розвитку економіки України в системі міжнародного поділу праці та спеціалізації?



Питання для поглибленого вивчення

1. Теорія співробітництва конкурентів.
2. Адріан Сливоцький як один із найвпливовіших спеціалістів сучасного менеджменту.



Приведіть у відповідність

Співставте теорії галузевого лідирування та відповідне їх визначення.

1. Концепція «ключових компетенцій» Г. Хамела і К. Прахалада	А) Основою цієї теорії є три стратегії: виробнича досконалість, лідерство за товаром і близькість до споживача.
2. Модель ціннісних дисциплін Трейсі і Вірсеми	Б) Бізнес, вважають прихильники цієї теорії, не зводиться просто до конкуренції або співпраці. Бізнес - це співконкуренція. Бізнес - це гра.
3. Екосистема Джеймса Ф. Мура	В) За основу розвитку бізнесу використовується система, в якій присутня не лише боротьба за виживання, але й співпраця, взаємозалежність, еволюція. Проводиться паралель із природним розвитком.
4. Теорія гри в бізнес: Адам М. Бранденбургер і Баррі Дж. Нейлбафф	Г) Виграш у складній грі в бізнес можливий, якщо компанія вдало обрала ділову модель, яка включає в себе відбір клієнтів, визначення якості та різноманітності послуг, визначення завдань компанії, розподіл ресурсів, вихід на ринок, створення необхідних умов для залучення клієнтів і отримання прибутку. Детектором успіху, результатом показником успішності компанії, є зростання її ринкової вартості.
5. Ділові моделі Адріана Сливоцького	Д) Теорія заснована на основі досвіду функціонування в компаніях неповторних і складно відтворюваних знань, вмінь, технологій, ноу-хау тощо, що забезпечують підприємству стійкі та довгострокові конкурентні переваги за рахунок створення додаткової споживчої цінності продукту (чи послуги) та підвищують захисні бар'єри на існуючому ринку.



Одноваріантні запитання («Так» чи «Ні»)

1. Роль ключових компетенцій полягає в тому, що вони дозволяють ефективно використати ресурси підприємства, концентруючи увагу на тій діяльності, яку суб'єкт господарської діяльності виконує найкраще.

2. Ідея концепції ключових компетенцій підприємства виникла ще в 1857 році, коли була опублікована книга Ф. Селзніка «Лідерство в управлінні».

3. Ключова компетенція забезпечує довготривале функціонування компанії на ринку за рахунок унікальності та неповторності суб'єкта господарської діяльності та виступає джерелом формування конкурентної переваги підприємства.

4. FedEx, Southwest Airlines, General Electric – приклади компаній, що досягли лідерства за продуктом.

5. В роботах М. Трейсі й Ф. Вірсема представлено такі три ціннісні дисципліни (стратегії) – новаторство, лідерство за товаром і близькість до споживача.



Практичні завдання

1. Ребус (розшифруйте вислів).



2. Впишіть у схему ціннісні дисципліни за М. Трейсі й Ф. Вірсема та розподіліть компанії між ними: McDonald's, Microsoft, FedEx, Disney, Motorola, Toyota, Sony, BMW, IBM. Обґрунтуйте свій вибір.



СЕМІНАРСЬКЕ ЗАНЯТТЯ 11. РЕГУЛЮВАННЯ КОНКУРЕНЦІЇ НА НАЦІОНАЛЬНОМУ ТА МІЖНАРОДНОМУ РІВНЯХ

Мета і завдання заняття: розглянути методи та інструменти державного регулювання міжнародної конкурентоспроможності підприємства; вивчити систему формування та реалізації конкурентної політики; розкрити структуру конкурентного законодавства.

План

1. Державне регулювання міжнародної конкурентоспроможності підприємства: методи й інструментарій.
2. Система формування та реалізації конкурентної політики.
3. Конкурентне законодавство і пов'язані з ним закони та концепції.
4. Структурний контроль і контроль за діловою практикою.
5. Структура базового конкурентного законодавства.



Основні терміни і поняття

Стратегічна компонента, національно-державна стратегія конкурентоспроможності, принцип наднаціональності, конкурентна політика, монополізація, конкурентоспроможність підприємства, інтенсивність конкуренції, інтелектуальна власність.



Методичні рекомендації

Опрацювання першого питання студент має розпочати з висвітлення сучасного механізму державного регулювання міжнародної конкурентоспроможності підприємств у розвинених країнах, що включає: стратегічну компоненту, методологію і методику стратегії нарощування конкурентоспроможності та організаційно-економічний механізм її реалізації – систему інститутів, методів й інструментів підтримки та зростання конкурентоспроможності. Наступним завданням питання є виявлення шляхів сприяння розвитку національної економіки в рамках державної економічної політики.

Друге питання теоретичного блоку семінарського заняття вимагає від студента розуміння системи формування та реалізації конкурентної політики, яку умовно можна поділити на дві складові: нормативно-правову та організаційну. При цьому потрібно звернути увагу, що політика регулювання конкуренції розглядається як інструмент підвищення економічної ефективності та створення сприятливого клімату для інноваційного розвитку. Вона спрямована на захист та розвиток ефективної конкуренції на спільному ринку. В той же час така політика має на меті захист прав споживачів шляхом створення для них найкращих умов придбання товарів і послуг, а також надання однакових можливостей товаровиробникам.

При опрацюванні третього питання необхідно розкрити сутність конкурентного законодавства. Необхідно звернути увагу на те, що конкурентне

законодавство в тій чи іншій формі пов'язане з іншими законами і концепціями, такими, як торгове законодавство і норми в області прямого іноземного інвестування й інтелектуальної власності. Студент має пояснити, в яких законах можуть міститися співпадаючі або подібні цілі чи положення.

Розкриття четвертого теоретичного питання вимагає від студента звернути увагу на те, що у законодавстві більшості країн питання ділової практики підприємств регулюються на основі боротьби з горизонтальною інтеграцією (трестами, картелями) і зловживаннями пануючим положенням на ринку у випадку вертикальної інтеграції. Структурні заходи стосуються головним чином контролю за здійсненням злиттів і мають на меті не допустити появи в результаті концентрації ринкової влади компаній, що займають пануюче положення на ринку. Часто законодавство передбачає можливість розукрупнення фірм (наприклад, у США), що займають домінуюче положення, з метою зміни структури ринку. Також студент має показати, що конкурентна політика є одним із багатьох напрямків економічної політики Євросоюзу і ключовою ланкою інтеграції окремих національних ринків у загальний Європейський ринок.

Останнє питання теми присвячено визначенню структури базового конкурентного законодавства. Студент має акцентувати увагу на тому, що хоча в останні роки спостерігаються певні тенденції до зближення правових норм, не слід забувати про те, що з самого початку конкурентне законодавство створювалося з урахуванням потреб кожної країни і його характер залежить від ряду факторів, в тому числі, існуючої судової системи, звичаїв, культури підприємницької діяльності, розміру ринку тощо.



Запитання і завдання для обговорення

1. Які існують методи з боку держави для регулювання конкурентоспроможності підприємств?
2. Які законодавчі акти регулюють рівень конкуренції?
3. Які методи та повноваження регулювання рівня конкуренції має Антимонопольний комітет України?
4. Які складові має базова структура антимонопольного законодавства?
5. Які види практик існують для запобігання вертикально-горизонтального злиття?
6. Які санкції за недобросовісну конкуренцію має право застосовувати Антимонопольний комітет в Україні та світі?
7. Які інструменти може використовувати держава при здійсненні політики протекціонізму?
8. Які складові входять до системи формування та реалізації конкурентної політики держави?
9. Що таке принцип наднаціональності? Які його властивості?
10. У чому полягає основна мета конкурентного законодавства?



Питання для поглибленого вивчення

1. Міжнародні стандарти регулювання економічної конкуренції.
2. Основні напрями розвитку антимонопольного регулювання.



Одноваріантні запитання («Так» чи «Ні»)

1. Центральним ядром державного механізму нарощування конкурентоспроможності економік розвинених країн є стратегії розвитку кожного окремого підприємства.
2. Першим законом з питань конкуренції є Канадський закон про картелі 1889 року.
3. Традиційно конкурентне законодавство не поширюється на питання ринку сільськогосподарської продукції.
4. Принцип наднаціональності означає об'єднання держав, за яким суверенні права, у визначених Конституцією такого об'єднання областях, передаються державами відповідному наднаціональному органу.
5. У США встановлена система відшкодування збитків за порушення конкурентного законодавства у потрійному розмірі.

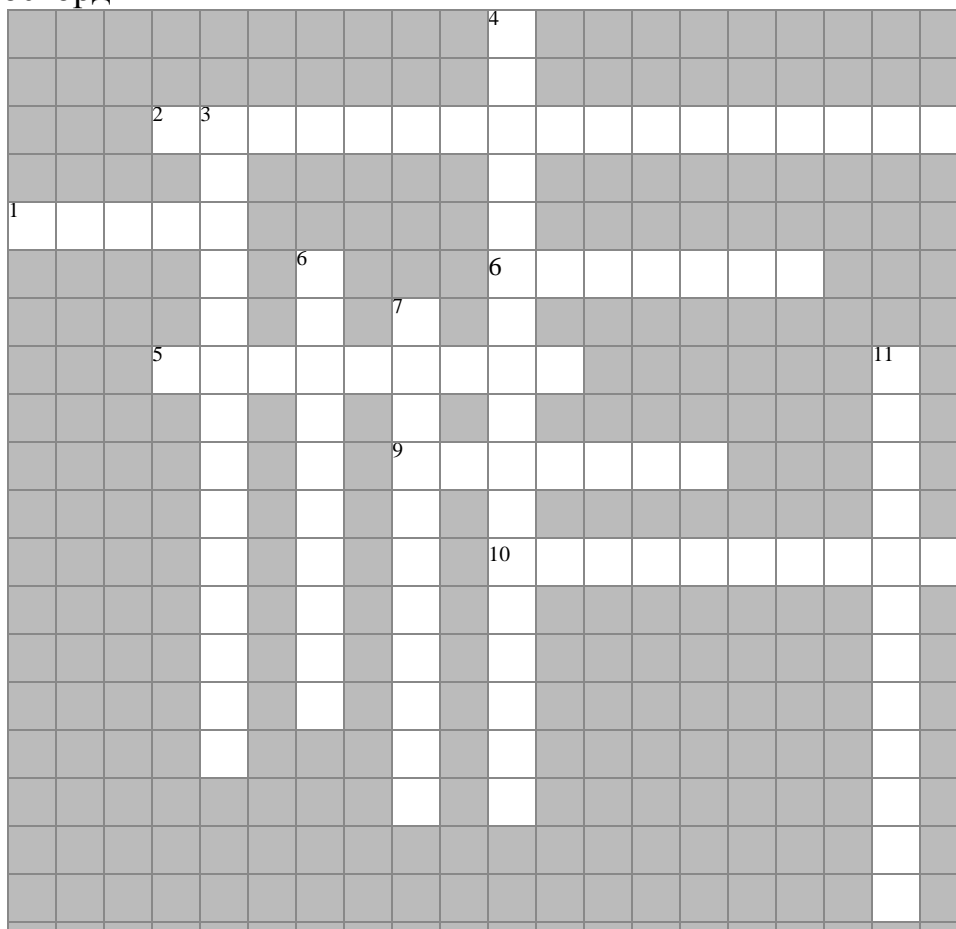


Практичне завдання

1. Незалежно від розходжень у назвах, всі закони з питань конкуренції мають в широкому сенсі однакову базову структуру. Заповніть таблицю, вказавши основні характеристики їх складових:

Основні складові законів з питань конкуренції	Характеристика складових
1) Цілі	
2) Визначення	
3) Сфера застосування	
4) Вилучення та виключення	
5) Практика, що забороняється	
6) Контроль за злиттями (горизонтальними та вертикальними)	
7) Орган з питань конкуренції	
8) Санкції	
9) Апеляційна процедура	

2. Кросворд



По горизонталі:	По вертикалі:
<p>1. Приклад горизонтальної інтеграції.</p> <p>2. Як називається принцип для досягнення рівних конкурентних можливостей для всіх суб'єктів господарювання на території держав-членів ЄС</p> <p>5. Політика спрямована що б попередити антиконкурентні дії суб'єктів господарювання, зокрема у сфері тарифного та нетарифного регулювання, іноземного інвестування тощо.</p> <p>8. Захист національного ринку від іноземної конкуренції відбувається шляхом кількісного нетарифного засобу обмеження експорту або імпорту товару певною кількістю або сумою на визначений проміжок часу.</p> <p>9. Захист національного ринку від іноземної конкуренції відбувається шляхом регулювання зовнішньоекономічної діяльності через дозвільний пакет документів, що видається державними органами на право експорту або імпорту товару у визначених кількостях на встановлений проміжок часу.</p> <p>10. Які заходи стосуються головним чином контролю за здійсненням злиттів і мають на меті не допустити появи в результаті концентрації ринкової влади компаній, що займають пануюче положення на ринку?</p>	<p>3. Яка політика є одним із багатьох напрямків економічної політики Євросоюзу і ключовою ланкою інтеграції окремих національних ринків у загальний Європейський ринок.</p> <p>4. Яку функцію виконують компенсаційні збори, антидемпінгове мито, тарифна ескалація тощо.</p> <p>6. Об'єднання кількох підприємств однієї галузі, учасники якого укладають угоду щодо розподілу ринків збуту й цін і зберігають свою власність на засоби виробництва і продукцію.</p> <p>7. Фінансово-промислова група компаній.</p> <p>11. Законодавство в сфері обмежувальної ділової практики.</p> <p>12. Тип побудови ринку, на якому продукцію пропонує один продавець.</p>

3. Проаналізуйте Інтернет-публікації та визначте основні напрями вдосконалення конкурентної політики в Україні. Опишіть, як досвід провідних країн може допомогти Україні виробити власну ефективну конкурентну політику.

1. Михальчишин Н. Л. Конкурентна політика в Україні: проблеми реалізації та напрями їх вирішення [Електронний ресурс] / Н. Л. Михальчишин. – Режим доступу: <http://dspace.nbuu.gov.ua/bitstream/handle/123456789/12309/13-Mykhalchyshyn.pdf?sequence=1>

2. Уманців Ю.М. Світовий досвід щодо захисту конкуренції та антимонопольного регулювання [Електронний ресурс] / Ю.М. Уманців. – Режим доступу: <http://westudents.com.ua/glavy/19644-94-svtoviy-dosvd-schodo-zahistu-konkurents-ta-antimonopolno-go-regulyuvannya.html>

3. Ясько Ю. Формування державної конкурентної політики в Україні [Електронний ресурс] / Ю. Ясько. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Vknteu_2013_4_4.pdf

СЕМІНАРСЬКЕ ЗАНЯТТЯ 12. КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

Мета і завдання заняття: розглянути сутність економічного глобалізму; з'ясувати причини (стимули) глобалізації; вивчити джерела та чинники досягнення глобальної конкурентоспроможності; проаналізувати перешкоди на шляху глобальної конкуренції.

План

1. Сутність та ознаки економічної глобалізації.
2. Джерела та чинники досягнення глобальної конкурентоспроможності.
3. Перешкоди на шляху глобальної конкуренції.
4. Розробка та впровадження глобальної стратегії корпорацій.
5. Тенденції, що впливають на глобальну конкуренцію.



Основні терміни і поняття:

Глобалізація, економічна глобалізація, витрати виробництва, витрати на інновацію, капітальні вкладення, ринкові стимули, глобальним досвід, диференціація продукції, диференціація товарна, диференціація цінова, глобальні стратегії, системна конкуренція.



Методичні рекомендації

Під час опрацювання першого питання спочатку слід розкрити сутність економічної глобалізації. Потрібно звернути увагу на основні передумови глобалізації світової економіки: науково-технічні, інформаційні, виробничо-технічні, економічні, політичні, соціальні, екологічні. Також студент має охарактеризувати основні ознаки глобалізації світової економіки: поглиблення міжнародного поділу та кооперації праці; зростання взаємозв'язку та взаємозалежності національних господарств; посилення відкритості

національних ринків та поступове усунення бар'єрів на шляху руху товарів, послуг, капіталів, робочої сили; зростання цілісності та єдності світового господарства; нівелювання національних звичаїв і традицій та створення глобального інформаційного простору; посилення міжнародної конкуренції та домінування ТНК на світових ринках.

Друге питання теоретичного блоку семінарського заняття вимагає від студента визначення джерел та чинників досягнення глобальної конкурентоспроможності (порівняльна перевага, економія за рахунок масштабів виробництва, глобальний досвід, економія за рахунок масштабів матеріально-технічного забезпечення, економія за рахунок масштабів маркетингу, економія за рахунок масштабів у закупках, товарна диференціація, запатентована технологія виробництва товару, мобільність виробництва).

Розкриття третього питання вимагає від студента звернути увагу на перешкоди на шляху глобальної конкуренції, які умовно поділяють на групи: економічні перешкоди; перешкоди, пов'язані з роботою менеджера; перешкоди суспільного характеру.

При опрацювання четвертого питання розкрити сутність глобальної стратегія, етапи її розробки, що включають: 1) вибір точок виходу до ринку, який заснований на трьох параметрах оцінки: ресурсах компанії, її конкурентоспроможності та привабливості ринку, 2) визначення способу вступу до ринку – від експорту до варіантів, які пов'язані з вищим ступенем ризику та прибутковості.

Розкриття п'ятого питання вимагає від студента звернути увагу на тенденції, що впливають на глобальну конкуренцію, а саме: стирання відмінностей між країнами, агресивна індустріальна політика, визначення та протекція найважливіших активів з боку держави, вільне переміщення технологій, поступове виникнення нових великомасштабних ринків, конкуренція нових країн.



Запитання і завдання для обговорення

1. У чому полягає сутність економічного глобалізму?
2. Що таке глобальний досвід?
3. Які є джерела та чинники досягнення глобальної конкурентоспроможності?
4. Які існують перешкоди на шляху глобальної конкуренції?
5. Які виділяють етапи у процесі розробки глобальної стратегії?
6. Які тенденції впливають на глобальну конкуренцію?
7. Що є глобальною стратегією?
8. Які особливості конкуренції в глобальних галузях?



Приведіть у відповідність терміни та їх визначення

Термін	Визначення
1) Глобалізація	а) суперництво між суб'єктами ринкової економіки за найкращі умови виробництва, вигідну позицію на ринку тощо
2) Інтернаціоналізація	б) процес накопичення грошових коштів або створення активів, які дають прибуток
3) Порівняльна перевага	в) форма міжнародних відносин, яка характеризується поширенням взаємозалежності між країнами в економічній, політичній і культурній сферах практично на всю земну кулю
4) Індустріальна політика	г) розвиток виробництва, при якому зростання витрат факторів на одиницю продукції призводить до зростання виробництва більше, ніж на одиницю
5) Конкуренція	д) здатність суб'єкта міжнародної конкуренції до функціонування у глобальному економічному середовищі
6) Конкурентні переваги	е) корпоративна стратегія підприємства однакова для всіх країн
7) Глобальна конкурентоспроможність	ж) система заходів державних органів влади, направлена на розвиток промисловості в цілому та окремих її галузей
8) Економія за рахунок масштабів	з) перепони, що виникають у діяльності фірми і спричиняють збільшення прямих витрат на глобальну конкуренцію
9) Економічні перешкоди	и) процес посилення взаємозв'язку і взаємозалежності між суб'єктами МЄВ та національними господарствами або економіками різних країн
10) Інвестування	к) здатність виробляти товар із більш низькими витратами порівняно з виробництвом товарів у інших країнах
11) Глобальна стратегія	л) унікальні активи, якими володіє фірма, і які допомагають їй перемагати в конкурентній боротьбі й не можуть бути легко повторені конкурентами



Одноваріантні запитання (вказати Так чи Ні)

1. Найважливішу конкурентну перевагу України складає її величезний людський капітал.
2. Реальну конкуренцію світовим ринкам складає ресурсний потенціал України, зокрема мінеральні ресурси.
3. Технологічне оновлення традиційних галузей і пріоритетний розвиток виробництв, які формують нові технології, сприятимуть зростанню економіки України на якісно новій основі та створення умови для повноправної участі нашої держави в системі світових господарських зв'язків.
4. За оцінками експертів, господарство нашої країни все менше набуває рис економіки колоніального типу.

5. Одним із важливих показників соціально-орієнтованої економіки та її конкурентоспроможності є вартість робочої сили в Україні, яка складає 45 центів на годину, тоді як у Німеччині – 25 дол. США, Японії – 16,5, США – 15,5, Франції – 15,5, Великій Британії – 13, Південній Кореї – 7,5, Мексиці – 3, Малайзії – 2,5 дол.



Практичне завдання

1. Завершіть структурно-логічну схему процесу економічної глобалізації



2. Проаналізуйте Інтернет-публікації та визначте вплив процесів глобалізації на конкурентоспроможність країни.

Публікації:

1. Іртищева І. О. Вплив глобалізації на рівень конкурентоспроможності національної економіки: фактори, механізми, інструменти [Електронний ресурс] / І. О. Іртищева. – Режим доступу:

http://www.google.com.ua/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=2&ved=0CCQQFjAB&url=http%3A%2F%2Ffirbis-nbu.gov.ua%2Fcgi-bin%2Ffirbis_nbu%2Fcgiirbis_64.exe%3FC21COM%3D2%26I21DBN%3DUJRN%26P21DBN%3DUJRN%26IMAGE_FILE_DOWNLOAD%3D1%26Image_file_name%3DPDF%2FVkhnu_ekon_2013_4_7.pdf&ei=i06HVJjG5XvavmNgbgD&usg=AFQjCNFsQbdMxIByV5V8I2kSxI5uM__3ig&bvm=bv.81449611,d.d2s

2. Карп'юк О. П. Економіка України у вимірі глобальної конкурентоспроможності [Електронний ресурс] / О. П. Карп'юк – Режим доступу: http://www.google.com.ua/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=36&ved=0CEYQFjAFOB4&url=http%3A%2F%2Fjournals.iir.kiev.ua%2Findex.php%2Fec_n%2Farticle%2Fdownload%2F2339%2F2074&ei=MEWHVMOREITkaMf7gNgO&usg=AFQjCNH670j4ccRPVizKh1GO4eGPVknNs6g&bvm=bv.81449611,d.d2s

ТЕСТОВІ ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОКОНТРОЛЮ

1. Основними функціями конкуренції є:
 - а) регулююча, розподільча, адаптаційна, контролююча;
 - б) розподільча, стимулююча, інформаційна, структурно-функціональна;
 - в) методична, контролююча, відтворна, адаптаційна;
 - г) алокаційна, регулююча, стимулююча, видова.
2. У випадку монополістичної конкуренції за умов рівноваги в довгостроковому періоді:
 - а) кожна фірма має невеликий позитивний економічний прибуток;
 - б) кожна фірма веде виробництво таким чином, що обсяги її випуску відповідають мінімуму довгострокової граничної вартості;
 - в) зникає диференціація продукції;
 - г) кожна фірма має ціну, яка дорівнює довгостроковим середнім витратам.
3. За методами конкурентного суперництва конкуренцію поділяють на:
 - а) досконалу і недосконалу;
 - б) цінову і нецінову;
 - в) видову та предметну;
 - г) внутрішню і міжнародну.
4. Що не входить до трьох основних суб'єктів ринку?
 - а) держава;
 - б) виробники;
 - в) посередники;
 - г) споживачі.
5. Якої структури ринку не існує?
 - а) продуктової;
 - б) ресурсної;
 - в) галузевої;
 - г) територіальної.
6. З яких ринків складається територіальна структура?
 - а) місцевих, регіональних, національних і міжнародних;
 - б) ринок товарів, ринок послуг;
 - в) оптово-роздрібний, експортний, імпорتنний;
 - г) приватний, колективний, державний.
7. Що таке ніша ринку?
 - а) новий, але не інноваційний вид бізнесу або виробничої діяльності;
 - б) дуже невелика за ємністю, вузькоспеціалізована галузь господарської діяльності;
 - в) юридично самостійна ланка (або суб'єкт) господарювання, яке виготовляє продукцію;
 - г) це певним чином виділена частина ринку, група споживачів, продуктів чи підприємств, що мають загальні ознаки.
8. Який процес не включається до виробничої діяльності підприємства?
 - а) формування маркетингових програм для окремих ринків і кожного виду продукції, їхню оптимізацію відносно виробничих можливостей підприємства;
 - б) збалансування виробництва необхідними матеріально-технічними ресурсами;
 - в) обґрунтування обсягу виготовлення продукції повної номенклатури та асортименту відповідно до потреб ринку;

г) науково-технічні розробки, технологічну і конструкторську підготовку виробництва, запровадження технічних, організаційних та інших нововведень.

9. Ефективність інноваційно-виробничих процесів визначається:

- а) рівнем комерційної діяльності підприємства (фірми);
- б) масштабами фірми;
- в) після продажним сервісом товарів;
- г) інвестиційною діяльністю.

10. Яке з наступних тверджень не є характеристикою ринку досконалої конкуренції?

- а) багато продавців і покупців, значення кожного з яких незначне в загальному обсязі покупок і продажів;
- б) кожна фірма виробляє різний продукт;
- в) покупці та продавці мають рівний доступ до інформації про ціни, кількість товарів, джерелах сировини;
- г) легко увійти та вийти з галузі.

11. Ринки досконалої і монополістичної конкуренції мають спільну рису:

- а) випускаються диференційовані товари;
- б) на ринку оперує багато покупців і продавців;
- в) кожна фірма зіштовхується з горизонтальною кривою попиту на свій продукт;
- г) ринкова поведінка кожної фірми залежить від реакції її конкурентів.

12. В чому полягає японська система управління якості продукції:

- а) відповідальність за забезпечення якості виробів покладається на вищі ланки виробничого процесу;
- б) відповідальність за забезпечення якості виробів покладається на найнижчі ланки виробничого процесу;
- в) усі підприємства повинні відмовитися від низької якості продукції;
- г) підприємства повинні використовувати новітні технології виробництва товарів.

13. Групу внутрішніх факторів міжнародної конкурентоспроможності підприємства складають:

- а) макроекономічна стабільність;
- б) передбачуваність економічної політики;
- в) розвиток науково-технологічного потенціалу;
- г) параметри технології виробництва.

14. Що є успішним критерієм функціонування підприємства у світовій практиці:

- а) рентабельність;
- б) прибуток;
- в) заробітна плата робітників;
- г) зростання вартості бізнесу.

15. Основною метою фірми за глобальної конкуренції є:

- а) низькі виробничі витрати порівняно з іншими підприємствами;
- б) лідерство на національному ринку;

- в) висока якість виробленої продукції;
 - г) світове панування.
16. Яка існує кількість основних стратегій конкурентної боротьби:
- а) п'ять;
 - б) три;
 - в) чотири;
 - г) шість.
17. «Віолентна» стратегія характерна для фірм...:
- а) великого, стандартного виробництва товарів і/або послуг;
 - б) вузької спеціалізації;
 - в) локального масштабу;
 - г) регіонального масштабу.
18. За експлерентною стратегією основним завданням фірми є:
- а) задоволення невеликих за обсягом (а іноді короточасних) потреб конкретного клієнта;
 - б) створення незамінних товарів для обмеженої групи клієнтів;
 - в) створення дешевих, середньої якості товарів;
 - г) вдосконалення товарів та пошук революційних рішень.
19. Основними ознаками силової стратегії конкурентної боротьби є:
- а) асортиментна політика;
 - б) низькі ціни;
 - в) добра якість продукту і сервісу;
 - г) всі відповіді вірні.
20. Основними ознаками стратегії придушення конкурентів є:
- а) створення великого виробництва;
 - б) створення загальнонаціональної (а потім і інтернаціональної) збутової і маркетингової мережі;
 - в) створення дієздатного управлінського апарату;
 - г) всі відповіді вірні.
21. Об'єктом УМКП є:
- а) коротке дослідження різних аспектів діяльності підприємства;
 - б) рівень міжнародної конкурентоспроможності підприємства;
 - в) напрям менеджменту підприємства.
22. УМКП має бути спрямованим на:
- а) рівень міжнародної конкурентоспроможності, необхідний і достатній для забезпечення життєздатності підприємства як суб'єкта міжнародної конкуренції;
 - б) нейтралізацію або обмеження кількості негативних чинників впливу на рівень конкурентоспроможності підприємства шляхом формування захисту проти них;
 - в) відтворювання та нарощування конкурентоспроможності підприємства;
 - г) використання позитивних зовнішніх чинників впливу для нарощування та реалізації конкурентних переваг підприємства.
23. Методологічною основою УМКП є:
- а) сучасна теорія та практика менеджменту;
 - б) забезпечення життєздатності та сталого функціонування підприємства;
 - в) процес визначення цілей, планування, організації, мотивації, контролю

та прийняття рішень.

24. Суб'єктом УМКП є:

- а) певне коло осіб, що реалізують його завдання;
- б) рівень міжнародної конкурентоспроможності;
- в) напрям менеджменту підприємства.

25. Проблема міжнародної конкурентоспроможності підприємств має:

- а) тільки мікроекономічний зміст;
- б) не тільки мікроекономічний зміст, а й загальнодержавний характер;
- в) тільки загальнодержавний характер.

26. Розклад, виокремлення і виявлення причинно-наслідкових зв'язків між окремими етапами (блоками) процесу управління та послідовності дій, спрямованих на реалізацію поставленої мети управління – це:

- а) формалізація процесу управління;
- б) економічна діагностика;
- в) діагностика міжнародної конкурентоспроможності підприємства.

27. Демпінг – це:

- а) поширення товарів однієї країни на ринку іншої за ціною, нижчою від нормальної, якщо це завдає або загрожує завдати значної шкоди виробництву;
- б) штучне обмеження конкуренції, зловживання монопольним становищем;
- в) властивість суб'єктів мезорівневої конкуренції, що характеризується ступенем реального чи потенційного задоволення ними конкретної потреби порівняно із аналогічними суб'єктами конкуренції;
- г) діяльність спрямована на забезпечення ефективного функціонування економіки на основі розвитку конкурентних відносин.

28. Назвіть найбільше джерело зовнішнього інвестування України:

- а) МФВ, Всесвітній банк;
- б) ЄБРР;
- в) єврооблігації;
- г) офіційна допомога.

29. Які зовнішні чинники ускладнюють цілеспрямовану інтернаціоналізацію української економіки:

- а) значне посилення міжнародної конкуренції на основних товарних ринках світу, яке відбувається внаслідок загальної лібералізації міжнародної конкурентоспроможності багатьох країн, що розвиваються;
- б) істотне підвищення вимог споживачів до технологічного рівня та якості товарів, що зробило їх первинними у визначенні конкурентоспроможності;
- в) складність входження в міжнародні проекти високотехнологічного співробітництва через невідповідність міжнародним критеріям захисту інтелектуальних прав;
- г) висока конкурентність інтересів України та інших постсоціалістичних країн на міжнародних товарних і кредитно-інвестиційних ринках;
- д) всі відповіді вірні.

30. Назвіть стратегічні напрямки взаємодії України у рамках її інтернаціоналізації у світове товариство:
- а) становлення власних транснаціональних економічних структур з глобальним менеджментом;
 - б) інтеграційна взаємодія із СНД, Європейським Союзом, центрально- і східноєвропейськими угрупованнями країн;
 - в) забезпечення належного рівня економічної безпеки з дійовими механізмами захисту від несприятливих змін міжнародної кон'юнктури та фінансових криз;
 - г) всі відповіді вірні.
31. Виберіть стадію міжнародної конкурентоспроможності, на якій знаходиться Україна:
- а) перша стадія (підприємства досягають успіху завдяки факторам виробництва);
 - б) друга стадія (готовність суб'єктів до інвестування);
 - в) третя стадія (національні підприємства не тільки застосовують і вдосконалюють існуючі техніку та технологію, а й створюють нові);
 - г) четверта стадія.
32. Виберіть, який з наведених індексів не застосовується при визначенні Індексу економічної свободи:
- а) свобода від корупції;
 - б) свобода торгівлі;
 - в) свобода слова;
 - г) захист прав власності.
33. В Україні до ринків з найбільшою часткою недержавних монополістів відносять:
- а) фіксований і мобільний зв'язок;
 - б) виробництво міндобрив, будівельний ринок;
 - в) виробництво курятини та цифрове телебачення;
 - г) усі відповіді вірні.
34. Монополізм та обмеження конкуренції негативно позначаються на:
- а) ціні та якості товару;
 - б) сальдо торгового балансу;
 - в) дизайну товару;
 - г) вірні відповіді а) і б).
35. Кластери включають:
- а) компанії готового продукту або сервісні компанії;
 - б) фінансові інститути;
 - в) фірми в супутніх галузях;
 - г) відповіді а, б, в.
36. Яка країна наразі є лідером у виробництві обладнання для целюлозно-паперової промисловості?
- а) Німеччина;
 - б) Канада;
 - в) Фінляндія;

г) Данія.

37. Якою організацією розроблені принципи кластеризації для п'яти країн Вишеградської групи?

а) «Центральна європейська ініціатива»;

б) «Поділля Перший»;

в) ООН;

г) «Кластери Європи».

38. Україна вперше намагалась застосувати концепцію бізнес-кластерів у...

а) 1991 р.;

б) 1998 р.;

в) 2008 р.;

г) немає вірної відповіді.

39. Основним критерієм систематизації теорій регіонального розвитку є

а) ідентифікація чинників локальної динаміки;

б) параметри пропозиції;

в) параметри попиту;

г) споріднені та підтримуючі галузі.

40. Факторну теорію конкурентоспроможності запропонував:

а) Д.Рікардо, А.Сміт;

б) М.Портер;

в) Е.Хекшер, Б.Олін;

г) М.Познер.

41. Глобалізація – це:

а) процес накопичення структурних зрушень та поетапного формування органічно цілісного, взаємопов'язаного та взаємозалежного всесвітнього господарства, окремі ланки якого органічно поєднані фінансово-економічними, виробничо-технічними, інформаційними та іншими зв'язками;

б) глобально функціонуючий світ виробничо-господарський механізм, складом якого стали окремі національні економічні системи;

в) відображення в людській свідомості законів об'єктивного світу і суспільної практики, одержане в результаті активного практичного пізнання.

42. Конкуренцією вважають:

а) глобально функціонуючий світ виробничо-господарський механізм, складом якого стали окремі національні економічні системи;

б) економічний процес взаємодії і боротьби товаровиробників за найвигідніші умови виробництва і збуту товарів, за отримання найбільших прибутків;

в) відображення в людській свідомості законів об'єктивного світу і суспільної практики, одержане в результаті активного практичного пізнання.

43. Витрати на інновацію – це:

- а) відображення в людській свідомості законів об'єктивного світу і суспільної практики, одержане в результаті активного практичного пізнання;
- б) можливий високий рівень тарифних та нетарифних бар'єрів і відсутність прямої участі в зарубіжному ринку. Це може бути предметом заходів протекціоністського характеру;
- в) виражені в грошовій формі фактичні витрати, пов'язані із здійсненням різних видів інноваційної діяльності, що виконується в масштабі підприємства (галузі, регіону, країни).

44. До ринкових стимулів відносять:

- а) вироблення ефективного прибутку;
- б) глобально функціонуючий світ виробничо-господарський механізм, складом якого стали окремі національні економічні системи;
- в) відображення в людській свідомості законів об'єктивного світу і суспільної практики, одержане в результаті активного практичного пізнання.

45. Диференціація продукції це:

- а) відображення в людській свідомості законів об'єктивного світу і суспільної практики, одержане в результаті активного практичного пізнання;
- б) виокремлення продукції фірми з інших конкуруючих продуктів за допомогою ціни, якості, упаковки, товарного знаку тощо;
- в) глобально функціонуючий світ виробничо-господарський механізм, складом якого стали окремі національні економічні системи.

46. Глобальними стратегіями вважають:

- а) глобально функціонуючий світ виробничо-господарський механізм, складом якого стали окремі національні економічні системи;
- б) відображення в людській свідомості законів об'єктивного світу і суспільної практики, одержане в результаті активного практичного пізнання;
- в) загальний, недеталізований план певної діяльності, який охоплює тривалий період, спосіб досягнення складної цілі, а рівень мікроменеджменту росте разом з розміром і розвитком підприємства.

47. Джерела глобальної конкурентної переваги впливають, як правило, з наступних причин:

- а) умовна порівняльна перевага, економія за рахунок масштабів виробництва, переваги від товарної диференціації, а також та особливість ринкової інформації і технології, що робить їх суспільним благом;
- б) глобально функціонуючий світ виробничо-господарський механізм, складом якого стали окремі національні економічні системи;
- в) відображення в людській свідомості законів об'єктивного світу і суспільної практики, одержане в результаті активного практичного пізнання.

48. У глобальній конкуренції:

- а) можливий високий рівень тарифних та нетарифних бар'єрів і відсутність прямої участі в зарубіжному ринку. Це може бути предметом заходів протекціоністського характеру;
- б) може також перешкоджати потреба домогтися доступу до каналів розподілу на кожному національному ринку;
- в) може існувати, якщо немає попиту в багатьох країнах.

49. Стимулами для глобалізації з боку держави є:

- а) конкуренти на світовому ринку;
- б) відмінності у життєвому циклі продукту;
- в) ефективне використання системи постачання;
- г) узгодженість технічних стандартів.

50. Джерела глобальної конкурентної переваги впливають з наступних причин:

- а) однаковість процедур і норм;
- б) товарна диференціація;
- в) галузева політика;
- г) відмінності у життєвому циклі продукту.

ПЕРЕЛІК ПИТАНЬ ДО ЕКЗАМЕНУ

1. Роль конкуренції в ринковій економіці.
2. Економічна природа конкурентної боротьби.
3. Основні етапи еволюції теоретичних поглядів на конкуренцію.
4. Основні види конкуренції.
5. Конкуренція на внутрішньому і зовнішньому ринках: характеристика та відмінності.
6. Функціональна конкуренція. Суть і причини виникнення.
7. Видова конкуренція.
8. Предметна конкуренція.
9. Основні функції та класифікація конкуренції.
10. Конкурентоспроможність, її сутність та різновиди.
11. Міжнародний ринок і ринкові ніші.
12. Фундаментальна ринкова ніша.
13. Реалізована ринкова ніша.
14. Міжнародне конкурентне середовище підприємства.
15. Ключові характеристики теорії конкурентних переваг (М. Портер).
16. Міжнародна конкурентоспроможність: основні категорії та поняття.
17. Ключові характеристики конкурентоспроможності підприємства.
18. Основні принципи визначення конкурентоспроможності продукції.
19. Співвідношення економічних категорій «міжнародна конкуренція» і «міжнародна конкурентоспроможність».
20. Підприємство і конкурентоспроможність галузі та національної економіки.
21. Сутність і структура чинників, що впливають на формування конкурентоспроможності підприємства.
22. Елементи і характеристика конкурентних переваг економіки країни.
23. Фактори конкурентного середовища.
24. Сутність «стратегічного ядра» фірми та його структура.
25. Порівняльна характеристика стадій конкуренції.
26. Нецінова конкуренція як метод конкурентної боротьби.
27. Особливості цінової конкуренції як методу конкурентної боротьби.
28. Конкурентоспроможність товару як складова показника (характеристики) конкурентоспроможності підприємства.
29. Оцінка рівня та інтенсивності конкуренції на світових ринках.
30. Сутність факторів, що впливають на рівень та інтенсивність конкуренції на міжнародних ринках.
31. Стратегічні зони господарювання: суть і функції.
32. Залежність конкурентоспроможності фірми від стадій розвитку конкурентної боротьби.
33. Елементи і характеристика стадій розвитку конкуренції.
34. Оцінка конкурентного статусу фірми.

35. Принципи формування та підходи до реалізації стратегії конкурентоспроможності підприємства.
36. Конкуренція на основі засобів виробництва.
37. Конкуренція на основі інвестицій.
38. Конкуренція на основі інновацій.
39. Конкуренція на основі багатства.
40. Поле міжнародних конкурентних стратегій.
41. Конкурентні стратегії у сфері масового виробництва.
42. Конкурентні переваги вузької спеціалізації.
43. Конкурентні інноваційні стратегії.
44. Конкурентні стратегії у сфері малого бізнесу.
45. Переваги та ризики використання основних стратегій конкурентної боротьби.
46. Порівняльна характеристика основних стратегій конкуренції (конкурентної боротьби).
47. Конкуренція і конкурентні переваги підприємства та їх вплив на формування загальної стратегії діяльності суб'єктів господарювання.
48. Чинники диференціації товарів.
49. Етапи формування стратегії забезпечення конкурентоспроможності підприємства.
50. Конкурентні переваги як фактори формування стратегії забезпечення конкурентоспроможності підприємств.
51. Цілі та особливості формування основних стратегій конкурентної боротьби.
52. Конкурентне середовище та його вплив на формування базових стратегій конкурентоспроможності підприємства.
53. Конкурентоспроможність фірми на світовому рівні.
54. Проблема конкурентоспроможності національних економік.
55. Передумови та особливості формування конкурентоспроможності економіки України.
56. Національні конкурентні переваги України з позицій стану, структури і тенденцій розвитку міжнародних товарних, фінансових, інвестиційних ринків.
57. Ключові внутрішні і зовнішні умови розвитку міжнародної конкурентоспроможності українських підприємств (організацій).
58. Характеристика основних підходів до оцінки конкурентоспроможності національної економіки.
59. Характеристика відмінностей конкурентного середовища розвинених країн (ринків), країн, що розвиваються, та країн з перехідними економіками.
60. Основні фактори та показники конкурентоспроможності країни на світовому рівні.
61. Міжнародні перспективи реалізації національних конкурентних переваг.
62. Роль держави у підтримці міжнародної конкурентоспроможності українських підприємств.

63. Сучасні особливості процесу формування конкурентного середовища в Україні.
64. Шляхи підвищення конкурентоспроможності економіки України.
65. Конкурентоспроможність українських підприємств у сучасних умовах розвитку світової економіки.
66. Шляхи підвищення конкурентоспроможності українських підприємств у сучасних умовах розвитку світової економіки.
67. Сучасні особливості процесів конкурентної боротьби у світовій економіці.
68. Сучасні особливості розвитку конкуренції в умовах глобалізації.
69. Проблеми формування конкурентоспроможності економік країн, що розвиваються.
70. Особливості оцінки конкурентоспроможності підприємства у сучасних умовах розвитку світової економіки.
71. Роль процесу глобалізації у розвитку процесів конкурентної боротьби.
72. Проблема підвищення конкурентоспроможності національної економіки та глобалізація світогосподарського життя.
73. Основні форми розвитку економічної глобалізації.
74. Якісні і кількісні параметри оцінки глобального рівня конкуренції.
75. Сучасні особливості формування структури міжнародної торгівлі в умовах глобалізації.
76. Суперечливий характер впливу процесів глобалізації на конкурентоспроможність національних економік.
77. Суть та структура показників глобальної конкуренції.
78. Сукупність ознак глобальної стратегії корпорацій.
79. Роль глобальних корпорацій у посиленні конкурентної боротьби.
80. Умови та шляхи досягнення усталеної глобальної конкурентоспроможності корпорацій, національних економік та їх інтеграційних угруповань.

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Основна:

1. Козак Ю.Г. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства: Навчальний посібник / Ю.Козак. – К. : ЦНЛ, 2010. – 192 с.
2. Пономаренко В. С., Піддубна Л. І. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства: Підручник. - Х.: ВД "ІНЖЕК", 2008. – 328 с.
3. Піддубний І.О., Піддубна А.І. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства: Навчальний посібник / За ред. проф. І.О.Піддубного. – Х.: ВД "ІНЖЕК", 2004. – 264 с.
4. Портер Майкл Е. Стратегія конкуренції / М. Портер. – К.: Основи, 1998. – 390 с.
5. Портер М. Международная конкуренция / М. Портер. – М. : Международные отношения, 1993. – 896 с.
6. Сіваченко І. Ю., Козак Ю. Г., Логвінова Н. С. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємств: Кредитно-модульний курс: Навч. посіб. / За ред. І. Ю. Сіваченка, Ю. Г. Козака, Н. С. Логвінової. 3-тє вид. – К.: Центр учбової літератури, 2010. – 312 с.
7. Сіваченко І.Ю., Козак Ю.Г., Єхануров Ю.І. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємств: Навч. посібник / За ред. І. Ю. Сіваченка, Ю.Г. Козака, Ю.І. Єханурова – К. : ЦНЛ, 2006. – 456 с.
8. Шкурупій О.В. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства: Навчальний посібник / За ред.О. В.Шкурупій. – К. : ЦНЛ, 2010. – 326 с.

Додаткова:

1. Закон України Про захист від недобросовісної конкуренції від 7 червня 1996 року № 23 6/96–ВР [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. – Режим доступу : <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=236%2F96-%E2%F0>.
2. Закон України Про захист економічної конкуренції від 11 січня 2011 р. № 2210–III [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. – Режим доступу : <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=2210-14>.
3. Закон України Про обмеження монополізму та недопущення недобросовісної конкуренції у підприємницькій діяльності від 18 лютого 1992 року № 2132–ХП [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. – Режим доступу : <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=2132-12>.
4. Антонюк Л. Л. Міжнародна конкурентоспроможність країн: теорія та механізм реалізації: Монографія./ Л.Л.Антонюк. - К.: КНЕУ, 2004. – 275 с.
5. Балабанова Л. В. Управління конкурентоспроможністю підприємств : навч. посіб. : рек. МОН України для студ. ВНЗ / Л. В. Балабанова, Г. В. Кривенко, І. В. Балабанова; МОН України, Донецький НУЕТ ім. М. Туган-Барановського. – К.: Професіонал, 2009. – 253 с.

6. Должанський І. З., Загорна Т. О. Конкурентоспроможність підприємства: Навчальний посібник./ І.З.Должанський, Т.О.Загорна. – К.: Центр навчальної літератури, 2006. – 384 с.
7. Гончарук Т.І. Конкуренція і конкурентоспроможність: зміст і розвиток у перехідній економіці/ Т. І. Гончарук. – Суми : Мрія-1 ЛТД: УАБС, 2003. – 60 с.
8. Економіка України: стратегія і політика довгострокового розвитку : монографія/ НАН України, Ін-т економіки та прогнозування; ред. В. М. Гейц. – К.: Фенікс, 2003. – 1008 с.
9. Кузьмін О. Є., Горбаль Н. І.Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства: Підручник./ О.Є. Кузьмін, Н. І. Горбаль. – Львів: Компакт-ЛВ, 2005. – 304 с.
10. Нікітіна М.Г. Світове господарство і міжнародні економічні відносини: просторові аспекти розвитку : навчальний посібник / М.Г. Нікітіна. – К. : ЦНЛ, 2004. – 192 с.
11. Макогон Ю.В., Гохберг Ю.А., Чернега О.Б. Управление международной конкурентоспособностью предприятий (организаций): Учебное пособие/ Ю.В. Макогон, Ю.А. Гохберг, О. Б. Чернега – Донецк, ДонНУ, 2003. – 139 с.
12. Омеляненко Т.В. Управління конкурентоспроможністю підприємства : навчально-методичний посібник для самост. вивч. дисц./ Т. В. Омеляненко, Д.О. Барабась, А.В. Вакуленко; Мін-во освіти і науки України, КНЕУ ім. Вадима Гетьмана. – К. : КНЕУ, 2006. – 272 с.
13. Савельєва Н.А. Управление конкурентоспособностью фирмы: Учебник / Н.А. Савельєва. – Ростов н/Д : Феникс, 2009. – 382 с.
14. Философова Т. Г.Конкуренция и конкурентоспособность: Учеб.пособие./ Т.Г.Философова. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2007. - 271 с.
15. Юданов А.Ю. Конкуренция: теория и практика / А.Ю. Юданов. – М. : АКАЛИС, 1996. – 272 с.

Інформаційні ресурси

1. Банк міжнародних розрахунків. – <http://www.bis.org>
2. Бібліотека Верховної Ради України. – <http://lib.rada.gov.ua>
3. Державна науково-технічна бібліотека України. – <http://gntb.gov.ua>
4. Державний комітет статистики України. – <http://www.ukrstat.gov.ua>
5. Державної комісії з цінних паперів та фондового ринку України. – <http://www.ssmc.gov.ua>
6. Енергетична Хартія. – <http://www.encharter.org>
7. Європейський банк реконструкції та розвитку (ЄБРР). – <http://www.ebrd.com>
8. Євростат. – <http://www.eurostat.com>
9. Законодавчі і нормативні акти України – <http://www.uazakon.com>
10. Індекс економічної свободи HeritageFoundation. – <http://www.heritage.org>
11. Індекс сприйняття корупції TransparencyInternational. – <http://www.transparency.org>
12. Інститут Реформ. – <http://www.ir.org.ua>

13. Кабінет Міністрів України. –<http://www.kmu.gov.ua>
14. Конференція ООН з торгівлі та розвитку (ЮНКТАД). –
<http://www.unctad.org>
15. Міжнародна організація з міграції. – <http://www.iom.org.ua>
16. Міжнародне енергетичне агентство. – <http://www.iea.org>
17. Міжнародний валютний фонд. – <http://www.imf.org>
18. Міністерство економіки та з питань Європейської інтеграції. –
<http://www.me.gov.ua>
19. Міністерство закордонних справ України. –
<http://www.mfa.gov.ua/mfa/ua/840.htm>
20. Міністерство юстиції України. – <http://www.minjust.gov.ua/>
21. Національний банк України. – <http://www.bank.gov.ua>
22. Національний інститут стратегічних досліджень. – <http://www.niss.gov.ua>
23. Організація економічного співробітництва та розвитку (ОЕСР). –
<http://www.oecd.org>
24. Організація об'єднаних націй. – <http://www.un.org>
25. Організація Чорноморського економічного співробітництва (ОЧЕС). –
<http://www.bsec-organization.org>
26. Президент України. – <http://www.president.gov.ua>
27. Світова організація торгівлі (СОТ). – <http://www.wto.org>
28. Світовий Банк . – <http://www.worldbank.org>
29. Світовий економічний форум. – <http://www.weforum.org>
30. Україна й Світова організація торгівлі. – <http://wto.in.ua>
31. Україна фінансова: Інформаційна база даних. – <http://www.ufin.com.ua>
32. Фонд державного майна України. – <http://www.spfu.gov.ua>
33. Центр соціально-економічних досліджень CASE -Україна. –
<http://www.case-ukraine.kiev.ua>
34. Центральноевропейська ініціатива (ЦЄІ). – www.ceinet.org
35. Чорноморський банк торгівлі та розвитку. – <http://www.bstadb.org>

Навчально-методичне видання
(українською мовою)

Дугієнко Наталя Олександрівна

УПРАВЛІННЯ МІЖНАРОДНОЮ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ
ПІДПРИЄМСТВА

Методичні рекомендації
до семінарських занять для студентів освітнього ступеня «магістр»
спеціальності «Міжнародна економіка»

Рецензент *В.З. Бугай*
Відповідальний за випуск *Д.І. Бабміндра*
Коректор *Н.С. Венгерська*