

## Завдання 1.

1. Співставити принципи оцінки конкурентоспроможності товарів і послуг з їх тлумаченнями:

- 1) Принцип протилежності цілей і засобів;
- 2) Принцип врахування особливостей різних сегментів ринку;
- 3) Принцип квазістабільності ринкової кон'юнктури;
- 4) Принцип переважно раціональної поведінки суб'єктів ринку;
- 5) Принцип оцінки з позиції певного суб'єкта ринку: виробника, продавця, споживача;
- 6) Принцип орієнтації на певний тип ринку (внутрішній, зовнішній) ;
- 7) Принцип орієнтації на конкретний сегмент ринку;
- 8) Принцип відповідності вимогам технічного законодавства, нормативних і юридичних документів;
- 9) Принцип формування номенклатури критеріїв конкурентоспроможності з врахуванням рекомендованих вимог до товару;
- 10) Принцип виключення подвійного рахунку.

А) Споживачі, сегментовані за певними критеріями, мають різну структуру установок і по-різному оцінюють конкурентні переваги і недоліки продукції.

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.

В) До номенклатури можуть увійти і характеристики, що перевищують обов'язкові вимоги стандарту, при цьому перевищення обов'язкових вимог може досягатися різними шляхами.

Г) Кожен споживач, прагне одержати максимум споживчого ефекту на одиницю витрат. З погляду виробника корисність продукції визначається витратно-ціновими чинниками.

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.

Е) Залежно від суб'єкта ринку вибирається номенклатура групових і одиничних критеріїв.

Ж) Для експортної продукції умовами є відповідність товару міжнародним стандартам країни імпорту, наявність патентної чистоти

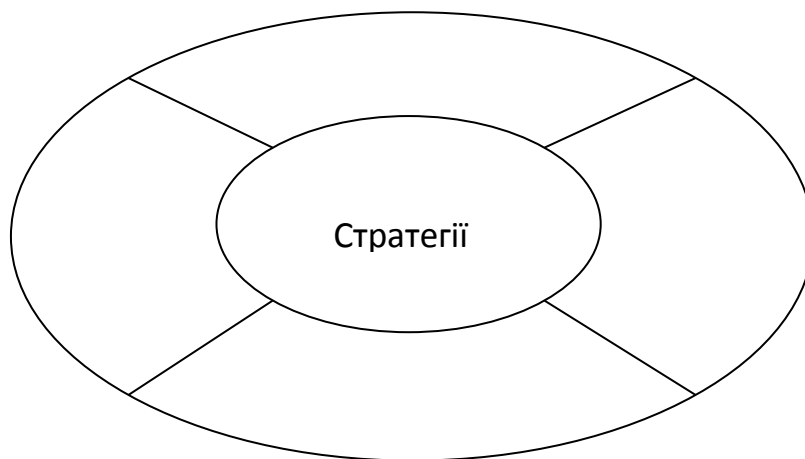
З) Суб'єкт вибирає раціональні цілі лише відповідно до його природних і розумних соціальних потреб, ретельно розраховує оптимальний шлях до задоволення потреб.

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).

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.

## **Завдання 2.**

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.



### Завдання 3.

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

<b>Потенційні внутрішні сильні сторони</b>	<b>Потенційні зовнішні можливості фірми</b>
— — —	— — —
<b>Потенційні внутрішні слабкі сторони</b>	<b>Потенційні зовнішні загрози</b>
— — —	— — —

### Завдання 4.

Встановіть відповідність між факторами, які сприяють утриманню конкурентоспроможності галузі (згідно моделі американського вченого М.Портера) та їх характеристикою:

<b>Фактори</b>	<b>Характеристика</b>
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.

### Завдання 5.

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 <i>Індекс</i>		<i>потенціалу</i>

### Завдання 6.

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.

### **Завдання 7.**

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 ні 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.

### **Завдання 8.**

Розрахувати коефіцієнт конкурентоспроможності Товару 1 за показниками, наведеними у таблиці 1, використовуючи наступні формули:

Таблиця 1 – Технічні та економічні показники товарів

Показники	Товар 1	Конкурент	Коефіцієнт вагомості
Гарантійний строк, тис. годин	23000	27000	0,3
Якість, %	70	60	0,4
Привабливість, %	80	80	0,3
Ціна, грн.	240	270	–
Витрати, пов'язані з використанням, грн.	17	13	–

### Завдання 9.

Розрахувати інтегральний показник конкурентоспроможності двох видів виробів хлібопекарської промисловості: батонів «Турецького» і «Звичайного» за даними таблиці. За нормативними параметрами груповий показник дорівнює одиниці. Дані, отримані за допомогою методу експертних оцінок, наведено в балах від нуля до одиниці.

#### Вихідні дані для обчислення інтегрального показника конкурентоспроможності виробів

Продукт	Показник	Сорт борошна	Кількість яєць, шт., на 1 кг. борошна	Час сходження тіста, хв.	Собівартість одного виробу, що випускається, грн.	Ціна реалізації одного виробу, грн.	Добові обсяги реалізації, грн.
Батон звичайний (базовий продукт)	Експертна оцінка	0,9	1	0,9	0,5	0,6	4500
	Абсолютне значення $i$ -го техніко-економічного параметра	2	4	5			
	Загальні характеристики	вищий	2	30			
Батон «турецький» (порівнюваний продукт)	Експертна оцінка	0,9	1	0,9	0,6	0,9	6000
	Абсолютне значення $i$ -го техніко-економічного параметра	3	2	3			
	Загальні характеристики	вищий	1	15			