

НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ЕКОНОМІКИ ТА БІЗНЕС-АДМІНІСТРУВАННЯ
Кафедра менеджменту зовнішньоекономічної діяльності підприємств

ЗАТВЕРДЖУЮ

Зав. кафедри _____ О. Ільєнко

« _____ » _____ 2018 р.

ТИПОВІ ПРАКТИЧНІ СИТУАЦІЙНІ ЗАДАЧІ

з дисципліни

"Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємств в умовах
європейської інтеграції"

Розроблені: д.е.н., професор кафедри МЗЕДП О. Паливода

Задача 1.

Визначити конкурентну позицію швейної компанії “Україна” на міжнародному ринку і зробити висновки щодо управління конкурентоспроможністю її потенціалу.

Результати ранжування швейних компаній та їх виробів

№ п/п	Швейна компанія	Споживчі властивості швейних виробів і їх ранги					
		Ціна (Ц)	Силует (С)	Зовнішній вигляд (Зв)	Внутрішня обробка (Во)	Надійність (Н)	Довго-вічність (Д)
1	ZEMAL	3	1	1	2	1	1
2	Україна	2	3	3	6	5	3
3	Зінгер	6	7	6	5	7	6
4	Бреста	7	2	2	1	2	2
5	Voger	1	6	5	4	3	4
Вага споживчої властивості		0,13	0,19	0,4	0,12	0,08	0,08

Задача 2.

Визначити комплексний показник якості готельних послуг за методом середньозваженого комплексного показника. Вихідні дані (за 5-ти бальною шкалою) наведено в таблиці. Кожний студент виконує завдання відповідно до свого варіанту, визначеного за порядковим номером у журналі групи. Дані щодо конкурентів визначаються як наступні два номери (конкурент №1 та №2) після номеру варіанту студента. Надати аналіз отриманих результатів.

Побудувати «багатокутник конкурентоспроможності» готельних послуг досліджуваного підприємства. Виявити сильні та слабкі позиції запропонованих готельних послуг і послуг підприємств-конкурентів. Зробити висновки щодо управління конкурентоспроможністю послуг досліджуваного підприємства.

Вихідні дані для розрахунку комплексного показника якості готельних послуг

№ п/п	Параметри конкурентоспроможності готельних послуг	Коефіцієнт ваги, в частках	ВАРІАНТИ									
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	Місцезнаходження	0,25	3,5	4,5	4	3	4,5	5	5	4	3	4,4
2	Якість харчування	0,25	4,5	3,5	5	4	3,5	4,5	4,5	3	4	3,5
3	Безпека	0,20	4	4,5	5	4,5	4	3	3,5	4	5	4,5
4	Компетентність персоналу	0,15	5	3,5	5	4,5	3,5	4	4,5	3	4	5
5	Пропозиція додаткових послуг	0,05	4	4,5	3	4	5	3,5	3,5	4	3	4,5
6	Чистота в номерах, санвузлі	0,10	3,5	3	4	3	4,5	5	4	3	3,5	4,5

Задача 3.

Визначити комплексний показник якості кулінарного виробу методом середньозваженого комплексного показника. Вихідні дані (за 5-ти бальною шкалою) наведено в таблиці. Кожний студент виконує завдання відповідно до свого варіанту, визначеного за порядковим номером у журналі групи. Дані щодо конкурентів визначаються як наступні два номери (конкурент №1 та №2) після номеру варіанту студента. Надати аналіз отриманих результатів.

Побудувати «багатокутник конкурентоспроможності» досліджуваних кулінарних виробів. Виявити сильні та слабкі сторони досліджуваного

виробу та виробів-конкурентів. Зробити висновки щодо управління конкурентоспроможністю послуг досліджуваного кулінарного виробу.

Вихідні дані для розрахунку комплексного показника якості кулінарного виробу

№ п/п	Параметри конкурентоспроможності кулінарних виробів	Коефіцієнт ваги, в частках	ВАРІАНТИ									
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	Запах и смак	0,35	5	4	3	3	5	4	3	4	3	4
2	Структура	0,25	4	3	4	4	3	5	4	3	4	3
3	Колір	0,20	3	4	5	5	4	3	5	4	5	4
4	Форма	0,10	5	3	4	4	3	4	4	3	4	5
5	Дизайн зовнішнього вигляду	0,10	4	4	3	3	5	3	3	4	3	4

Задача 4.

Оцінити рівень міжнародної конкурентоспроможності виноробної продукції наступних компаній: ТОВ «Закарпатський сад», АТ «Сараджишвілі», ДП «Mileștii Mici» (з відповідними коментарями). Останні два підприємства є основними конкурентами виноробної продукції ТОВ «Закарпатський сад». Визначити сильні та слабкі сторони виноробної продукції ТОВ «Закарпатський сад».

Параметри оцінки рівня міжнародної конкурентоспроможності виноробної продукції

№ п/п	Параметри міжнародної конкурентоспроможності продукції	Вага параметрів, у частках	Середнє значення бальної експертної оцінки		
			ТОВ «Закарпатський сад»	АТ «Сараджишвілі»	ДП «Mileștii Mici»
1	Рівень якості продукції	0,1587	2,4	2,7	2,55
2	Імідж торгової марки, ступінь відомості, популярності продукції	0,0874	2,4	2,8	2,6
3	Цінові характеристики продукції	0,1211	2,6	2,7	2,65
4	Рівень якості обслуговування у торговельних пунктах	0,1592	2,3	2,4	2,1
5	Широта асортименту запропонованої продукції	0,1479	2,55	2,7	2,6
6	Рівень привабливості, зовнішнього оформлення продукції (дизайн, упаковка)	0,1031	2,4	2,6	2,3
7	Факторомісткість виробництва продукції	0,0762	2,35	2,75	2,55
8	Складність технологічного процесу виробництва	0,0791	2,4	2,75	2,2
9	Маркетингові заходи щодо просування продукції на зовнішні ринки збуту	0,0673	2,3	2,4	2,2

Задача 5.

Вітчизняний виробник побутової техніки, планує вийти на ринок однієї з країн Далекого Сходу. Національне виробництво побутових холодильників у цій країні задовольняє попит лише на 25%. Основним конкурентом виступає фірма „Б”, продукція якої під назвою «Фест» вже захопила 20% досліджуваного ринку. Виробник «А» розглядає можливість виходу на ринок даної країни з холодильниками марок „Південь” та „Захід”. Параметри якості холодильників наведено в табл.1, а вартісні характеристики – у табл.2.

Таблиця 1

Основні параметри якості холодильників

№	Параметр	Розмірність параметра	Марка холодильника підприємства			Коефіцієнт вагомості параметра
			Виробник «А»		Фірма «Б»	
			„Південь”	„Захід”		
1	Надійність (ресурс)	тис. год.	140	110	135	0,25
2	Температура низькотемпературного відділення (НТВ)	°С	-15	-12	-12	0,20
3	Ємність НТВ	дм ³	50	40	60	0,20
4	Дизайн, у балах за 10-бальною шкалою	бал	7	6	7	0,20
5	Об'єм	л	260	240	250	0,15

Таблиця 2

Вартісні характеристики холодильників підприємств

№	Вартісні характеристики	Марка холодильника		
		„Південь”	„Захід”	„Фест”
1	Ціна (Цпр), грн	1600	1300	1800
2	Сумарні витрати споживачів за весь термін експлуатації (М), грн	4500	6600	5000

Завдання: Визначити інтегральні показники конкурентоспроможності двох марок холодильників підприємства „А” стосовно холодильника фірми „Б” і обґрунтувати рішення про доцільність виводу продукції на досліджуваний ринок.

Задача 6.

На ринку виробництва косметичних виробів працює 5 фірм. У 2014 році розподіл ринкових часток мав такий вигляд: фірма А займала 55% ринку, В-20%, С-15%, D, Е - по 5% ринку. При цьому необхідно врахувати, що у 2013 році ситуація на ринку була трохи іншою. Фірма А утримувала 25% ринку, В-25%, С-10%, D, Е - по 20%. Побудувати конкурентну карту ринку, зробити відповідні розрахунки та висновки.

Задача 7.

На ринку виробництва вантажних автомобілів працює 4 фірми. У 2014 році розподіл ринкових часток мав такий вигляд: фірма А займала 60% ринку, В-20%, С-10%, D-10%. При цьому необхідно врахувати, що у 2013 році ситуація на ринку була трохи іншою. Фірма А утримувала 50% ринку, В-10%, С-20%, D-20%. Побудувати конкурентну карту ринку, зробити відповідні розрахунки та висновки.

Задача 8.

На ринку металопрокату працює 5 фірм. У 2014 році розподіл ринкових часток мав такий вигляд: фірма А займала 45% ринку, В-30%, С-15%, D-5%, Е-5% ринку. При цьому необхідно врахувати, що у 2013 році ситуація на ринку була трохи іншою. Фірма А утримувала 25% ринку, В-25%, С-10%, D, Е – по 20%. Побудувати конкурентну карту ринку, зробити відповідні розрахунки та висновки.

Задача 9.

На основі аналізу світових тенденцій розвитку міжнародних аеропортів виявити фактори, що визначають конкурентоспроможність їх виробничої інфраструктури у ході придбання й утримання ними конкурентних переваг, запропонувати критерії ефективності управління аеропортами.

Задача 10.

Охарактеризувати фактори, які визначають конкурентоспроможність виробничої інфраструктури міжнародних аеропортів на світовому ринку авіаційних перевезень (на прикладі Hartsfield-Jackson Atlanta International Airport).

Задача 11.

Охарактеризувати фактори, які визначають конкурентоспроможність виробничої інфраструктури міжнародних аеропортів на світовому ринку авіаційних перевезень (на прикладі Hong Kong International Airport).

Задача 12.

За даними таблиці розрахувати ринкові частки компаній у 2013 та 2014 роках на ринку автомобільних запчастин України. Визначити, як змінився рівень концентрації ринку у 2014 році порівняно з 2013.

№ п/п	Назва фірми	Обсяг реалізації, млн. грн.	
		2013	2014
1	Валмі	9	14
2	Автотехнікс	12	18
3	Еліт	8	7
4	Формула 1	3	16
5	Інтеркарс	17	15
6	Автотрейд	17	16
7	Опус	9	4
	РАЗОМ	75	90