Практичне заняття 6

**Тема: Конкурентоспроможність товару та послуг**

Завдання 1.   
Одноваріантні запитання («Так» чи «Ні») та обгрунтуйте свою відповідь.

1. . Основними функціями конкуренції є регулююча, алокаційна,адаптаційна, контролююча.
2. Внутрішня конкуренція передбачає боротьбу між компаніями відповідної галузі в межах національної економіки.
3. Для того, щоб отримати максимальний прибуток, підприємство повинно забезпечити високу якість своєї продукції.
4. Олігополія – це тип ринкової структури, за якої покупці забезпечують собі монопольний прибуток за рахунок втрати частини прибутків продавця.
5. Конкурентоспроможність товару проявляється через сукупність якісних і вартісних характеристик товару, головним завданням яких є задоволення потреб споживачів.
6. У довгостроковій перспективі конкурентні фірми не отримують економічний прибуток.
7. Функціонування конкурентного ринку є вигідним для продавців.
8. Функціонування конкурентного ринку є вигідним для продавців.
9. При оцінці конкурентоспроможності промислової продукції можливо оцінити ступінь впливу на конкурентоспроможність товару чинників, що не піддаються кількісній оцінці.

Завдання 2.

***Ситуаційна задача***  
АТ “Норд”, відомий вітчизняний виробник побутової техніки, планує вийти на ринок однієї досить розвинутої країни.

За результатами дослідження зовнішніх ринків, яке на замов­лення виробника холодильників - підприємства "Норд" виконала спеціалізована маркетингова фірма, обрано цільовий ринок у дос­татньо розвинутій країні. Національне виробництво побутових холодильників цієї країни задовольняє попит лише на 20-25%, оскільки головна увага у цій галузі промисловості приділяється морозильним камерам. У зв`язку з цим зацікавленість фірм-продуцентів холодильників даним ринком досить висока.

Однак з ряду причин лише порівняно невеликі фірми на сьогодні володіють тією чи іншою часткою ринку холодильників у цій країні. Остання обставина була одним з критеріїв вибору цієї країни для експорту холодильників підприємства "Норд", оскільки воно вперше виходить на зовнішній ринок і не впевнено у можливостях успіху у конкурентній боротьбі з великими продуцентами побутових холодильників на інших ринках. Най­більш відомими для споживачів побутових холодильників на цільовому ринку є такі фірми, як "Лехел", "Фенікс", "Антей" ("Мінск 15М"), "Снайге", а також “Фрістайл”, “Кальдера”, “Опал”, “Арістон”, “Селена” та “Арго”.

Підприємство "Норд" випускає три марки холодильників: "Вега", "Сиріус", "Фріз". Щорічний випуск складає 1 млн. холодильників, запланований обсяг експорту становить 500-600 тис.шт.

Параметри якості та вар­тісні характеристики холодильників підприємства “Норд” наведено в табл.8.1 і табл.8.2, їх основних конкурентів - в табл.8.3 та табл.8.4.

Таблиця 8.1

Параметри якості холодильників підприємства "Норд"

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  | Марка холодильника | | | Коефіцієнт |
| № | Параметр | Сиріус | Вега | Фріз | ваго­мос­ті |
| пп |  | “Норд” | | | па­раметрів |
| 1. | Надійність, ресурс/тис. год. | 100 | 130 | 120 | 0,22 |
| 2. | Енергоспоживання за добу, кВт. год. | 1,17 | 1,25 | 1,3 | 0,17 |
| 3. | Температура низь­котемпе­ра­тур­ного відді­лення (НТВ), 0С | -12 | -15 | -12 | 0,13 |
| 4. | Місткість НТВ, дм3 | 40 | 50 | 50 | 0,12 |
| 5. | Об’єм, л | 250 | 280 | 260 | 0,15 |
| 6. | Дизайн, в балах за 10-бальною шкалою | 4 | 6 | 3 | 0,12 |
| 7. | Зберігання про­дуктів при відк­люченні електро­енергії, год. | 5 | 11 | 10 | 0,09 |

Таблиця 8.2

Вартісні характеристики холодильників підприємства "Норд"

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| № пп |  | Марка холодильника | | |
| Параметр | Сиріус | Вега | Фріз |
| 1. | Ціна, грн. | 1400 | 1700 | 1600 |
| 2. | Сумарні витрати споживачів за весь термін служ­би, грн. | 6600 | 4500 | 6200 |

Таблиця 8.3

Параметри якості холодильників основних конкурентів підприємства "Норд"

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  | Марка холодильника | | | | | | | | | |
| № | Параметр | Ле­хел | Фе­нікс | Снай­ге | Мінск 15 М | Фрістайл | Каль­дера | Опал | Аріс­тон | Селе­на | Арго |
|  |  | I | II | III | IV | V | VI | VII | VIII | IX | X |
| 1. | Надійність, ресурс/тис. год. | 130 | 130 | 110 | 120 | 110 | 130 | 130 | 150 | 140 | 100 |
| 2. | Енергоспоживання за добу, кВт. год. | 1,1 | 1,52 | 1,18 | 1,22 | 1,27 | 1,26 | 1,15 | 1,2 | 1,23 | 1,12 |
| 3. | Температура низь­ко­темпе­ра­тур­ного відді­лення (НТВ), 0С | -12 | -18 | -10 | -12 | -12 | -15 | -12 | -15 | -15 | -10 |
| 4. | Місткість НТВ, дм3 | 60 | 60 | 40 | 50 | 50 | 60 | 40 | 80 | 70 | 50 |
| 5. | Об’єм, л | 240 | 265 | 240 | 280 | 260 | 250 | 240 | 300 | 280 | 250 |
| 6. | Дизайн, в балах за 10-баль­ною шкалою | 5 | 5 | 3 | 4 | 6 | 7 | 5 | 8 | 7 | 4 |
| 7. | Зберігання про­дук­тів при відк­лю­ченні електро­енергії, год. | 10 | 10 | 5 | 5 | 10 | 12 | 8 | 15 | 12 | 6 |

Таблиця 8.4

Вартісні характеристики холодильників основних конкурентів підприємства "Норд"

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  | Марка холодильника | | | | | | | | | |
| № | Параметр | Ле­хел | Фе­нікс | Снай­­ге | Мінск 15 М | Фрістайл | Каль­дера | Опал | Аріс­тон | Селе­на | Арго |
| 1. | Ціна, грн. | 1700 | 1450 | 1600 | 1700 | 1500 | 1600 | 1550 | 2000 | 1800 | 1300 |
| 2. | Сумарні вит­ра­ти спожи­вачів за весь термін служ­би, грн. | 5000 | 6700 | 7000 | 6000 | 6700 | 5800 | 6500 | 4000 | 5100 | 7500 |

*Завдання до ситуаційної задачі*

Виберіть базу для порівняння (найбільш конкурентоспроможну модель із двох, заданих викладачем) та оцініть показники конкурентоспроможності трьох марок холодильників підприємства "Норд" стосовно вибраної бази. Виходячи з результатів аналізу рівня конкуренто­спроможності даних товарів, з трьох марок побутових холодильників підприємства виберіть одну, яка найбільше відповідає умовам цільового ринку.

Завдання 3.

Охарактеризуйте фактори конкурентної переваги для таких підприємств:

а) кондитерська фабрика „Харків’янка”;

б) транспортно-експедиційна компанія.

Завдання 4.

На ринку внутрішньо міських перевезень комунальні підприємства міського електричного транспорту конкурують з приватними перевізниками (автотранспортними підприємствами, що здійснюють перевезення автобусами різної місткості та маршрутними таксі). Для означених підприємств-конкурентів визначити ключові фактори успіху з урахуванням наявних і тих, що можна прогнозувати, умов розвитку галузі та внутрішньогалузевої конкуренції, реалізація яких забезпечить їм конкурентні переваги.

Завдання 5.

Визначте й обґрунтуйте, який спектр конкурентних переваг експлуатують комп’ютерні фірми. Які з наведених чинників конкуренції вказують на значущість: а) технологічних переваг; б) інноваційних переваг; в) глобальних переваг; г) соціокультурних переваг у міжнародному бізнесі виробників комп’ютерів.

Завдання 6.

Охарактеризуйте вищий навчальний заклад, у якому ви навчаєтеся. Назвіть його конкурентні переваги.