

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ІМЕНІ СЕМЕНА КУЗНЕЦЯ

**ЗАТВЕРДЖЕНО**

на засіданні кафедри  
підприємництва і торгівлі  
Протокол № 2 від 01.09.2023 р.

**ПОГОДЖЕНО**

Проректор з навчально-методичної роботи



Каріна НЕМАШКАЛО

**МІЖНАРОДНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО**

робоча програма навчальної дисципліни (РПНД)

Галузь знань 07 «Управління та адміністрування»  
Спеціальність 076 Підприємництво та торгівля  
Освітній рівень перший (бакалаврський)  
Освітня програма «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»

Статус дисципліни вибіркова  
Мова викладання, навчання та оцінювання українська

Розробники:  
к.е.н., доцент  
к.е.н., доцент

Каріна ТИМОШЕНКО

Дар'я БУТЕНКО

Завідувач кафедри  
підприємництва і торгівлі

Марина САЛУН

Гарант програми

Аліна ЛИТВИНЕНКО

Харків  
2023

## ВСТУП

Процеси глобалізації та європейської інтеграції, до яких залучилася Україна, роблять суттєвий вплив на розвиток міжнародних відносин з іноземними партнерами. Так, вітчизняні підприємці потрапляють в нові умови бізнесу, які обумовлюють необхідність розвитку зовнішньоекономічної діяльності. Наявність певних навичок та вмій в сфері міжнародного бізнесу забезпечує широке коло нових можливостей, а саме: пошук нових ринків збуту, збільшення прибутків за рахунок підвищення цін, спрямування на покращення якості продукції та асортименту, пошук нових бізнес-партнерів, запозичення та опанування нових технологій тощо.

Тому сьогодні підвищено вимоги до вивчення дисципліни «Міжнародне підприємництво» в системі підготовки економістів, підприємців та менеджерів. Навчальна дисципліна «Міжнародне підприємництво» є вибірковою навчальною дисципліною та вивчається згідно з навчальним планом підготовки фахівців першого світнього рівня (бакалаврського) спеціальності 076 «Підприємництво та торгівля», освітньої програми «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» для денної форми навчання.

Мета навчальної дисципліни: формування системи знань про найбільш важливі аспекти організаційних основ міжнародного підприємництва, аналіз міжнародного економічного середовища та в області нормативного та законодавчого регулювання міжнародних торгових і комерційних відносин.

Завданнями навчальної дисципліни є:

засвоєння основних напрямки розвитку глобалізації економіки і управління міжнародним підприємництвом;

розробка та запровадження системи оцінки міжнародних операцій на засадах дотримання норм правового регулювання, економічної доцільності та комерційної ефективності.

Об'єктом вивчення дисципліни є процес здійснення підприємницької діяльності на міжнародному рівні.

Предметом навчальної дисципліни є методи та процедури здійснення міжнародного підприємництва в умовах конкурентного середовища.

Результати навчання та компетентності, які формує навчальна дисципліна визначено в табл. 1.

Таблиця 1

Результати навчання та компетентності, які формує навчальна дисципліна

Результати навчання	Компетентності, якими повинен оволодіти здобувач вищої освіти
PH 7	СК 6
PH 12	СК 9, СК 10
PH 19	СК 9

де, СК 6. Здатність здійснювати діяльність з дотриманням вимог нормативно-правових документів у сфері підприємницької, торговельної та біржової діяльності.

СК 9. Здатність до організації зовнішньоекономічної діяльності підприємницьких, торговельних і біржових структур.

СК 10. Здатність до бізнес-планування, оцінювання кон'юнктури ринків і результатів діяльності у сфері підприємництва, торгівлі та біржової практики з урахуванням ризиків.

РН7. Демонструвати підприємливість в різних напрямках професійної діяльності та брати відповідальність за результати.

РН12. Володіти методами та інструментарієм для обґрунтування управлінських рішень щодо створення й функціонування підприємницьких, торговельних і біржових структур.

РН 19. Застосовувати знання й уміння для забезпечення ефективної організації зовнішньоекономічної діяльності підприємницьких, торговельних та біржових структур з урахуванням ринкової кон'юнктури і діючих правових норм.

## **ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

### **Зміст навчальної дисципліни**

#### **Змістовий модуль 1. Теоретичні основи міжнародного бізнесу.**

#### **Тема 1. Міжнародне підприємництво: становлення та розвиток.**

##### **1.1. Поняття міжнародної підприємницької діяльності.**

Сутність поняття «міжнародна підприємницька діяльність» та «міжнародний бізнес». Суб'єкти міжнародного бізнесу. Основні риси міжнародного бізнесу. Функції міжнародного бізнесу. Місце України в міжнародних рейтингах. Значення розвитку міжнародної діяльності для економіки України.

##### **1.2. Історія розвитку міжнародного підприємництва**

Історичні передумови та еволюція міжнародного бізнесу. Історія розвитку міжнародної підприємницької діяльності: етапи розвитку міжнародного бізнесу згідно з класифікацією Р. Кантильона.

##### **1.3. Поняття та зміст ЗЕД.**

Закон України «Про зовнішньоекономічну діяльність». Нормативно-правова база ЗЕД. Принципи, функції та задачі ЗЕД.

#### **Тема 2. Міжнародне бізнес-середовище**

##### **2.1. Аналіз міжнародних ринків та їх особливостей.**

Детальний огляд світових ринків, основних галузей і позицій країн-лідерів

у цих ринках. Розгляд регіональних та глобальних особливостей. Дослідження торговельних відносин між різними країнами, включаючи митні бар'єри, міжнародні торговельні угоди та спільні ринки.

## **2.2. Міжнародне регулювання та тарифні бар'єри.**

Огляд міжнародних організацій, таких як Світова Торговельна Організація (СТО), та їх вплив на тарифи та міжнародну торгівлю. Аналіз правового та регуляторного середовища, яке стосується міжнародної торгівлі та вимагає відповідності стандартам та сертифікації. Дослідження митних правил та тарифів у різних країнах і регіонах, включаючи те, як вони можуть впливати на експорт і імпорт товарів.

## **2.3. Макроекономічні фактори, що впливають на міжнародний бізнес.**

Вивчення глобальних економічних тенденцій, таких як зростання чи занепад світової економіки та їхній вплив на міжнародний бізнес. Аналіз міжнародних торгових угод та угод про вільну торгівлю та їхній вплив на бізнес.

# **Тема 3. Міжнародна стратегія підприємства.**

## **3.1. Формування міжнародної стратегії.**

Оцінка ресурсів, навичок та активів, які компанія може використовувати для реалізації своєї міжнародної стратегії. Визначення політики ціноутворення для міжнародних ринків. Визначення методів управління різними видами ризиків, пов'язаними з міжнародним бізнесом. Розробка системи моніторингу та контролю для вимірювання виконання вашої міжнародної стратегії та її коригування за необхідності.

## **3.2. Етапи розробки стратегії виходу на міжнародний ринок.**

Розгляд ваших внутрішніх ресурсів, включаючи фінансові, технічні, інтелектуальні та людські ресурси, які можуть бути використані для міжнародного розширення. Встановлення чітких цілей і завдань для міжнародного розширення, таких як обсяг продажів, ринкова частка, прибуток і т. д. Створення стратегії для входу на цільові ринки, включаючи обрану модель бізнесу, адаптацію продуктів і маркетингові підходи.

## **3.3. Вибір стратегії інтернаціоналізації.**

Вивчення внутрішніх ресурсів компанії, які можуть бути використані для міжнародної експансії, таких як технічні знання, фінансові можливості, інтелектуальна власність та ін. Аналіз різних міжнародних ринків і країн з огляду на їх потенціал для бізнесу та можливості їх економічного розвитку. Визначення конкретних кроків і заходів для впровадження обраної стратегії, розробка графіку дій, відповідальних осіб і критичних термінів.

# **Тема 4. Експорт як перший крок у міжнародному бізнесі.**

## **4.1. Особливості експорту та його переваги та обмеження.**

Переваги експорту: збільшення обсягів продажів, диверсифікація ризиків,

використання конкурентних переваг. Аналіз податкового та правового середовища на міжнародних ринках та можливих складнощів. Розгляд можливих ризиків, пов'язаних із змінами валютних курсів.

#### **4.2. Експортне планування та стратегії.**

Визначення ринків, на які спрямована експортна діяльність. Мотивація для вибору цих ринків, такі як попит на продукцію, конкурентні переваги на цих ринках тощо. Дослідження поточного стану обраних ринків, включаючи аналіз попиту, конкуренції, ризиків та можливостей. Вивчення особливостей культурного, економічного та правового середовища на цих ринках.

### **Тема 5. Міжнародний маркетинг і продажі.**

#### **5.1. Міжнародний маркетинговий аналіз.**

Визначення географічних областей та ринків, на які спрямована маркетингова діяльність. Дослідження особливостей цих ринків, включаючи розмір, зростання, конкурентну ситуацію та попит на продукцію. Оцінка конкурентної переваги продукту на обраних ринках. Визначення потенційних конкурентів та їхніх стратегій. Розробка стратегій маркетингу для кожного цільового ринку. Врахування особливостей культурного, мовного та правового середовища на цих ринках.

#### **5.2. Маркетингові стратегії для глобальних ринків.**

Створення рекламних та маркетингових кампаній для міжнародних аудиторій. Врахування особливостей медіа та комунікації на обраних ринках. Формулювання конкретних рекомендацій щодо реалізації маркетингових стратегій на міжнародних ринках

#### **5.3. Продажі і дистрибуція за кордоном.**

Оцінка потенціал різних зарубіжних ринків. Опис та обґрунтування обраної стратегії виходу на зовнішні ринки: експорт, створення філіалів, утворення спільних підприємств чи інші методи. Оцінка конкурентної ситуації на міжнародних ринках та визначення стратегій конкурентів.

### **Тема 6. Міжнародний логістичний ланцюг поставок**

#### **6.1. Основні компоненти міжнародної логістики.**

Опис різних методів та видів транспорту, використовуваних для міжнародних логістичних операцій, такі як морський, повітряний, залізничний, дорожній та мультимодальний транспорт. Пояснення ролі та видів складів для зберігання товарів під час міжнародної логістики, а також методів оптимізації управління запасами. Опис систем та методів для надання інформації клієнтам і відстеження місцезнаходження вантажу під час транспортування.

#### **6.2. Логістичні виклики у міжнародному бізнесі.**

Розгляд сучасних технологій та програмних систем, які полегшують керування міжнародною логістикою, включаючи системи управління ланцюгом

постачання. Опис заходів щодо забезпечення безпеки вантажів та мінімізації ризиків під час міжнародних логістичних операцій.

### **6.3. Ефективне управління логістичним ланцюгом.**

Опис різних підходів та стратегій, які використовуються для досягнення ефективності в управлінні логістичним ланцюгом. Розгляд методів оптимізації ключових процесів логістики, включаючи замовлення товарів, управління запасами, транспортування та розподіл. Опис методів інформаційного аналізу, планування та передбачення, які допомагають вдосконалити управління логістичним ланцюгом.

## **Змістовий модуль 2: Стратегії розвитку та залучення міжнародних інвестицій**

### **Тема 7. Міжнародні інвестиції та стратегії розвитку.**

#### **7.1. Види міжнародних інвестицій.**

Визначення та пояснення ПІІ. Основні переваги та недоліки ПІІ. Визначення портфельних інвестицій. Різниця між ПІІ та портфельними інвестиціями.

Ринки, доступні для портфельних інвесторів. Ризики та стратегії для портфельних інвестицій. Типи міжнародних кредитів та позик. Роль міжнародних фінансових установ (наприклад, Світового банку) у наданні кредитів.

#### **7.2. Вибір міжнародних стратегій розвитку.**

Огляд політичного, економічного, соціокультурного, технологічного, та правового середовища у цільових регіонах. Визначення можливостей та загроз зовнішнього середовища для розвитку бізнесу. Оцінка внутрішніх ресурсів, здатностей та конкурентних переваг компанії. Визначення ключових конкурентних переваг, які можна ефективно використовувати на міжнародному ринку.

#### **7.3. Ризики та можливості міжнародних інвестицій.**

Аналіз переваг і можливостей, які відкриваються завдяки міжнародним інвестиціям. Пояснення, як інвестування в іноземні активи може сприяти диверсифікації портфеля та збільшенню доходу. Пояснення методів та інструментів для зменшення ризиків міжнародних інвестицій, таких як форвардні контракти, опціони, страхування ризику тощо.

### **Тема 8. Міжнародний фінансовий менеджмент.**

#### **8.1. Управління міжнародними фінансами підприємства.**

Огляд основних міжнародних фінансових ринків та їх роль у глобальному фінансовому середовищі. Аналіз торгівлі валютами, облігаціями та іншими фінансовими інструментами на світових ринках. Розгляд валютного ризику та

його впливу на міжнародну фінансову діяльність.

### **8.2. Валютні ризики та засоби їх зменшення.**

Розгляд методів фінансової оцінки міжнародних проектів та інвестицій. Пояснення процесу визначення доцільності міжнародних інвестицій та розробки бізнес-планів. Пояснення методів зменшення валютних ризиків, включаючи використання форвардних контрактів та опціонів.

### **8.3. Фінансування міжнародних проектів.**

Огляд різних джерел фінансування, доступних для міжнародних проектів, такі як банківські кредити, інвестиції, власний капітал, гранти тощо. Аналіз переваг і недоліків кожного джерела фінансування.

## **Тема 9. Міжнародна корпоративна соціальна відповідальність**

### **9.1. Поняття та важливість корпоративної соціальної відповідальності у міжнародному бізнесі.**

Огляд поняття корпоративної соціальної відповідальності та її ключових складових. Розгляд історичного контексту розвитку CSR у міжнародному бізнесі. Аналіз важливості етичних та соціальних аспектів діяльності підприємства в глобальному контексті. Пояснення впливу корпоративної соціальної відповідальності на стосунки зі зацікавленими сторонами та громадськими організаціями.

### **9.2. Приклади практик корпоративної соціальної відповідальності.**

Подання прикладів глобальних корпорацій, які активно впроваджують програми CSR у своїй діяльності. Аналіз конкретних соціальних та екологічних ініціатив, які реалізує кожна компанія.

## **Тема 10. Міжнародний бізнес та культурна різноманітність.**

### **10.1. Вплив культурних відмінностей на міжнародний бізнес.**

Визначення ролі культури в контексті міжнародних бізнес-операцій. Аналіз того, як культурні відмінності можуть впливати на міжнародні бізнес-проекти. Розгляд основ міжкультурної комунікації та її важливості для успішного ведення міжнародних переговорів і співпраці. Аналіз впливу соціальних норм та цінностей на бізнес-середовище в різних країнах.

### **10.2. Стратегії адаптації до культурного середовища.**

Огляд підходів до управління та адаптації до культурних різниць. Поради щодо побудови успішних міжнародних команд та розв'язання конфліктів, що виникають через культурні різниці. Розгляд важливості приділення уваги культурним особливостям при створенні міжнародних маркетингових кампаній.

## **Тема 11. Міжнародний бізнес та екологія.**

### **11.1. Вплив міжнародного бізнесу на навколишнє середовище.**

Розгляд впливу міжнародних корпорацій на споживання природних

ресурсів та виробництво викидів в глобальному масштабі. Аналіз проблеми екологічного сліду міжнародного бізнесу та пошуку способів його зменшення.

### **11.2. Зелений бізнес та сталий розвиток у міжнародному контексті.**

Аналіз зелених ініціатив та стратегій сталого розвитку у міжнародному бізнесі. Подання прикладів компаній, які активно прагнуть до зменшення впливу на навколишнє середовище та забезпечення сталого розвитку.

## **Тема 12. Майбутні тренди в міжнародному підприємстві.**

### **12.1. Прогноз майбутніх розвитку міжнародного бізнесу.**

Огляд сучасних тенденцій у світовій економіці, включаючи зростання ВВП, інфляцію, зміни валютних курсів тощо. Аналіз прогнозів та прогнозованих викликів для глобального бізнесу.

### **12.2. Вплив технологічних інновацій на міжнародний бізнес.**

Огляд сучасних технологічних тенденцій та їх впливу на міжнародний бізнес. Аналіз цифрової трансформації та можливостей, які вона відкриває для компаній у міжнародному масштабі.

### **12.3. Сутність та основні ознаки процесу глобалізації сучасного світового господарства**

Глобалізація: поняття, значення та зміст. Причини формування глобалізаційних процесів. Існуючі точки зору, щодо впливу глобалізації на розвиток міжнародного бізнесу. Показники, які характеризують рівень глобалізації окремої країни. Раціоналізація світового господарства.

Перелік практичних (семінарських) та / або лабораторних занять / завдань за навчальною дисципліною наведено в табл. 2

Таблиця 2

### **Перелік практичних (семінарських) та / або лабораторних занять / завдань**

Назва теми та завдання	Зміст
Тема 1. Завдання 1.	Визначення етапів розвитку міжнародного підприємства
Тема 2. Завдання 2.	Аналіз міжнародних ринків
Тема 3. Завдання 3.	Розробка міжнародного бізнес-плану:
Тема 4. Завдання 4.	Презентація процесу оформлення експортних угод
Тема 5. Завдання 5.	Розробка маркетингового плану для виробництва чи послуги на міжнародному ринку
Тема 6. Завдання 6.	Аналіз логістичних викликів та розробка плану для оптимізації ланцюга поставок у міжнародному підприємстві.
Тема 7. Завдання 7.	Розробка стратегії інвестування в міжнародний бізнес



Назва теми та завдання	Зміст
Тема 8. Завдання 8.	Аналіз фінансових аспектів міжнародного бізнесу і підготовка звіту щодо рекомендацій з фінансового управління.
Тема 9. Завдання 9.	Підготовка звіту про корпоративну соціальну відповідальність однієї з великих міжнародних компаній.
Тема 10. Завдання 10.	Дослідження вплив культурних різниць на міжнародний бізнес
Тема 11. Завдання 11.	Розробка стратегії сталого розвитку для уявної компанії, що займається міжнародним підприємництвом.
Тема 12. Завдання 12.	Дослідження на тему майбутніх тенденцій у міжнародному бізнесі на основі розгляду актуальних джерел.

Перелік самостійної роботи за навчальною дисципліною наведено в табл. 3.

Таблиця 3

### Перелік самостійної роботи

Назва теми та / або завдання	Зміст
Тема 1 - 12	Вивчення лекційного матеріалу, підготовка до практичних занять
Тема 2; 5; 8; 11	Виконання індивідуальних навчально-дослідних завдань
Тема 3; 10	Письмова контрольна робота
Тема 1 - 12	Підготовка до іспиту

Кількість годин лекційних, практичних (семінарських) та / або лабораторних занять та годин самостійної роботи наведено в робочому плані (технологічній карті) з навчальної дисципліни.

### МЕТОДИ НАВЧАННЯ

У процесі викладання навчальної дисципліни для набуття визначених результатів навчання, активізації освітнього процесу передбачено застосування таких методів навчання, як:

Словесні (лекція (Тема 1, 2, 5), проблемна лекція (Тема 5, 8), лекція-дискусія (Тема 4, 6)).

Наочні (демонстрація (Тема 1-12)).

Практичні (практична робота (Тема 1 – 12), індивідуальне навчально-дослідне завдання (Тема 2, 5, 8, 11), кейс-метод (Тема 4)).

## ФОРМИ ТА МЕТОДИ ОЦІНЮВАННЯ

Університет використовує 100 бальну накопичувальну систему оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти.

**Поточний контроль** здійснюється під час проведення лекційних, практичних, лабораторних та семінарських занять і має на меті перевірку рівня підготовленості здобувача вищої освіти до виконання конкретної роботи і оцінюється сумою набраних балів:

– для дисциплін з формою семестрового контролю екзамен (іспит): максимальна сума – 60 балів; мінімальна сума, що дозволяє здобувачу вищої освіти скласти екзамен (іспит) – 35 балів.

**Підсумковий контроль** включає семестровий контроль та атестацію здобувача вищої освіти.

**Семестровий контроль** проводиться у формах семестрового екзамену (іспиту), диференційованого заліку або заліку. Складання семестрового екзамену (іспиту) здійснюється під час екзаменаційної сесії.

Максимальна сума балів, яку може отримати здобувач вищої освіти під час екзамену (іспиту) – 40 балів. Мінімальна сума, за якою екзамен (іспит) вважається складеним – 25 балів.

**Підсумкова оцінка за навчальною дисципліною** визначається:

– для дисциплін з формою семестрового контролю екзамен (іспит) – сумуванням балів за поточний та підсумковий контроль

Під час викладання навчальної дисципліни використовуються наступні контрольні заходи:

Поточний контроль: Індивідуальні навчально-дослідні завдання (30 балів), письмова контрольна робота (10 балів), колоквіум (20 балів).

Семестровий контроль: Екзамен (40 балів)

Більш детальну інформацію щодо системи оцінювання наведено в робочому плані (технологічній карті) з навчальної дисципліни.

## Приклад екзаменаційного білета

Харківський національний економічний університет імені Семена

Кузнеця Перший (бакалаврський) рівень вищої освіти

Спеціальність «Підприємництво та торгівля»

Освітньо-професійна програма «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність».

Навчальна дисципліна «Міжнародне підприємництво»

### ЕКЗАМЕНАЦІЙНИЙ БІЛЕТ № 1

#### Завдання 1 (тестове). (10 балів)

1	Яка стратегія підприємства спирається на використання ресурсів домашньої країни в міжнародному бізнесі? А. Геоцентризм Б. Етноцентризм В. Регіоцентризм Д. Поліцентризм
2	Які види інтелектуальної власності існують? А. Винаходи, авторське право, товарні знаки Б. Фінансові зобов'язання, акції, бонуси В. Рентабельність, амортизація, бюджет Г. Адміністративні витрати, торговий капітал, заборгованість
3	Що означає термін "біржова діяльність" в міжнародному бізнесі? А. Покупка і продаж цінних паперів на фондовій біржі Б. Міжнародна логістика В. Виготовлення продукції для експорту Г. Побудова міжнародних біржових центрів
4	Який чинник впливає на культурну різноманітність у міжнародному бізнесі? А. Ділова етика Б. Економічний розвиток В. Географічне розташування Г. Мовні традиції
5	Яке поняття описує внутрішні ресурси та здатність компанії до самофінансування? А. Рентабельність Б. Інвестиції В. Логістика Г. Корпоративна соціальна відповідальність
6	Яка форма фінансування передбачає одержання коштів від інвесторів у обмін на частку власності в підприємстві? А. Кредит Б. Експорт В. Венчурний капітал Г. Банкінг
7	Що включає в себе поняття "інтернаціоналізація" в міжнародному бізнесі? А. Спеціалізація на місцевих ринках Б. Розширення бізнесу за межі домашнього ринку В. Вивчення іноземних мов Г. Маркетингову агресивність
8	Який ризик може виникнути внаслідок коливань валютних курсів у міжнародному бізнесі?

	А. Політичний ризик Б. Економічний ризик В. Валютний ризик Г. Екологічний ризик
9	Що означає акронім "CSR" у контексті міжнародного бізнесу? А. Корпоративне споживче ставлення Б. Кооперативне стратегічне партнерство В. Корпоративна соціальна відповідальність Г. Контрактний стандарт відносин
10	Як називається міжнародна стратегія, коли компанія прагне досягти глобального лідерства в галузі і використовує стандартизовані підходи до виробництва та маркетингу? А. Локалізація Б. Диверсифікація В. Глобалізація Д. Сегментація

### **Завдання 2 (стереотипне). (10 балів)**

Необхідно заповнити таблиці, проаналізувавши рівень економічного розвитку різних країн світу.

Таблиця

Основні проблеми розвитку міжнародного підприємництва у країнах із різним рівнем економічного розвитку

Групи країн	Проблеми розвитку міжнародного підприємництва
Розвинуті країни	
Країни, що розвиваються	
Слаборозвинені країни	

Проаналізуйте рівень економічного розвитку різних країн світу за такими етапами:

Необхідно назвати 5 – 7 країн, що належать до розвинутих країн та країн, що розвиваються, а також слаборозвинених країн.

Виявити специфічні проблеми розвитку міжнародного підприємництва.

Розгляньте проблеми, які можуть виникати у міжнародному підприємстві, особливо при виході на міжнародні ринки.

Порівняйте ці проблеми в розвинутих країнах, країнах що розвиваються і слаборозвинених країнах.

### **Завдання 3 (діагностичне). (10 балів)**

Необхідно розрахувати плановий показник ВВП методом екстраполяції. Результати розрахунку подати в таблиці. Надати висновки. Дані для розрахунку наведено в таблиці

Таблиця

Вихідні дані

Показники	Період, роки				
	2016	2017	2018	2019	2020
ВВП, млрд дол. США	93,36	112,2	130,8	153,7	142,2

Розрахувати темпи зростання ВВП.

Отримані дані подати у вигляді таблиці.

Проаналізувати зміни обсягів ВВП, вказати причини зростання (зниження) ВВП в Україні, зробити висновки та подати рекомендації щодо забезпечення приросту ВВП у майбутньому.

#### **Завдання 4 (евристичне). (10 балів)**

Ви керівник компанії, яка виробляє екологічно чисті сільськогосподарські продукти (органічні продукти без ГМО). Ви маєте намір розширити свою діяльність на міжнародний ринок та продавати свою продукцію в інші країни.

Виберіть одну країну для розширення та розробіть міжнародну маркетингову стратегію для введення своєї продукції на цей ринок.

Завдання:

Виберіть одну конкретну країну, в якій ви бажаєте розширити свій бізнес. Обґрунтуйте свій вибір, вказавши чому ця країна цікава для вашого продукту.

Проведіть аналіз цього ринку. Включіть відомості про розмір ринку, споживчі звички, конкуренцію, законодавство, особливості культури тощо.

Визначте вашу цільову аудиторію в цій країні. Хто буде вашими клієнтами? Які їхні потреби та очікування?

Опишіть ваш продукт або послугу та як він відрізняється від конкурентів на цьому ринку. 5. Розробіть маркетингову стратегію для введення продукту на цей ринок. Включіть стратегії ціноутворення, продажів, реклами та розвитку бренду.

Затверджено на засіданні кафедри підприємництва і торгівлі  
протокол № \_\_\_ від «\_\_\_» \_\_\_\_\_ р.

Екзаменатор к.е.н., доц. Тимошенко К. В.

Зав. кафедрою д.е.н., проф. Салун М. М.

#### **Критерії оцінювання**

**Підсумкові бали за екзамен** складаються із суми балів за виконання всіх завдань, що округлені до цілого числа за правилами математики.

Алгоритм вирішення кожного завдання включає окремі етапи, які відрізняються за складністю, трудомісткістю та значенням для розв'язання завдання. Тому окремі завдання та етапи їх розв'язання оцінюються відокремлено один від одного таким чином:

#### **Завдання 1 (тестове). (10 балів)**

За кожний правильний тест – 1 бал.

#### **Завдання 2 (стереотипне). (10 балів)**

2 – названо 5 – 7 країн, що належать до розвинутих країн та країн, що розвиваються, а також слаборозвинених країн.

2 – виявлено специфічні проблеми розвитку міжнародного підприємництва.

3 – розглянуто проблеми, які можуть виникати у міжнародному підприємстві, особливо при виході на міжнародні ринки.

3 -- порівняно ці проблеми в розвинутих країнах, країнах що розвиваються і слаборозвинених країнах

#### **Завдання 3 (діагностичне). (10 балів)**

3 – розраховано темпи зростання ВВП.

- 3 – отримані дані подано у вигляді таблиці
- 4 – проаналізовано зміни обсягів ВВП, вказано причини зростання (зниження) ВВП в Україні, зроблено висновки та подано рекомендації щодо забезпечення приросту ВВП у майбутньому.

**Завдання 4 (евристичне). (10 балів)**

- 1 – обрано одну конкретну країну, в якій ви бажаєте розширити свій бізнес. Обґрунтовано вибір.
- 2 – проведено аналіз цього ринку. Визначено відомості про розмір ринку, споживчі звички, конкуренцію, законодавство, особливості культури тощо.
- 2 – визначено цільову аудиторію в цій країні. Хто буде вашими клієнтами? Які їхні потреби та очікування?
- 2 – описано продукт або послугу та як він відрізняється від конкурентів на цьому ринку.
- 3 – розроблено маркетингову стратегію для введення продукту на цей ринок. Включено стратегії ціноутворення, продажів, реклами та розвитку бренду.

## РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

### Основна

1. Світове господарство і міжнародні економічні відносини : навч. посіб. / за заг. ред. Т. В. Шталь. – Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2020 – 238 с. – <http://repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/23849>
2. Міжнародний бізнес : навчальний посібник / С. В. Тарасенко, Ю. М. Петрушенко. – Суми : Сумський державний університет, 2021. – 222 с.
3. Бутенко Д. С. Пошук шляхів розвитку підприємницької діяльності в Україні / Д. С. Бутенко // Міжнародні економічні та суспільні відносини: стан, проблеми, перспективи розвитку : монографія / за ред. Л. М. Савчук, М. В. Корнеєва. – Дніпро : Пороги, 2021. – С. 69-110. – Режим доступу : <http://www.repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/26940>
4. Проскурніна Н. В. Проблемні аспекти в зовнішньоторговельній діяльності України в контексті світових рейтингів (на прикладі «Doing business») / Н. В. Проскурніна, К. В. Тимошенко // Бізнес-інформ. – 2018. - № 10. – С. 63-68.

### Додаткова

5. Бутенко Д.С. Менеджмент ЗЕД в умовах глобалізації / Д.С. Бутенко // збірник матеріалів Міжнародної науково-практичної конференції «Сучасні проблеми управління підприємствами: теорія та практика», 18-19 березня 2019 р., м. Харків.– Вид. ФОП Панов, 2019. – С. 47-49 – Режим доступу : <http://repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/21625>
6. Бутенко Д. С. Позиція України у міжнародних економічних рейтингах / Д. С. Бутенко // Підприємницька модель економіки та управління розвитком підприємства : зб. матеріалів II міжнар. науково-практ. конф., 6-8 лист. 2019 р. : тези допов. – Житомир, 2019. – С. 80-83. – Режим доступу :

<http://repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/23016>

7. Кицюк І.В. Корпоративна соціальна відповідальність та конкурентні переваги бізнесу в глобальному економічному середовищі / І. Кицюк // Науково-виробничий журнал «Держава та регіони». Серія: Економіка та підприємництво. – № 2 (113). – Класичний приватний університет, 2020. – С. 15–20.

8. Бутенко Д. С. Міжнародна торгівля: сучасний стан та перспективи розвитку в Україні / Д. С. Бутенко // Сучасні інноваційно-інвестиційні механізми розвитку національної економіки в умовах євроінтеграції : матеріали VII міжнарод. науково-практ. інтернет- конф, 29 жовт. 2020 р. : тези допов. – Полтава: Нац. ун-т «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка», 2020. – С. 74–76. – Режим доступу : <http://repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/24606>

9. Тимошенко К. В. Стратегічні напрями розвитку зовнішньоекономічної діяльності підприємств на світовому ринку послуг [Електронний ресурс] / К. В. Тимошенко // Інфраструктура ринку. – 2017. – №14. – Режим доступу: <http://www.market-infr.od.ua/uk/14-2017>.

### **Інформаційні ресурси**

10. Офіційний сайт Doing Business. – Режим доступу : <https://www.doingbusiness.org/>

11. Офіційний сайт Human Development Reports. – Режим доступу : <http://hdr.undp.org>

12. Офіційний сайт KOF Swiss Economic Institute. – Режим доступу : <https://kof.ethz.ch/>

13. Офіційний сайт Reporters Without Borders. – Режим доступу : <https://rsf.org>

14. Офіційний сайт The Heritage Foundation. – Режим доступу : <https://www.heritage.org>

15. Офіційний сайт Transparency International. – Режим доступу : <https://www.transparency.org>

16. Офіційний сайт World Economic Forum. – Режим доступу : <https://www.weforum.org>