

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Національний авіаційний університет
Факультет транспорту, менеджменту і логістики
Кафедра менеджменту зовнішньоекономічної діяльності підприємств

**Методичні рекомендації до практичних занять
навчальної дисципліни
«Міжнародні економічні відносини»**

Освітньо-професійна програма:	Менеджмент організацій і адміністрування (за видами економічної діяльності) Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності
Галузь знань	07 Управління та адміністрування
Спеціальність:	073 Менеджмент

Розробник доц., к.е.н. Литвиненко Л.Л.

Київ-2022

МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ ДО ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ З ДИСЦИПЛІНИ "МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ"

ЗМІСТ І ЗАВДАННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Дисципліна є теоретичною і практичною основою комплексу знань і вмінь, що формують профіль фахівця з менеджменту, допомагають приймати виважені управлінські рішення на основі світового досвіду ведення бізнесу, що забезпечує розвиток організації (підприємства) в умовах ринкової економіки.

Метою викладання навчальної дисципліни є формування у майбутніх менеджерів системи спеціальних знань з проблем і перспектив розвитку міжнародних економічних відносин (МЕВ) для фундаментальної та спеціальної підготовки і практичної діяльності за фахом; набуття навичок аналізу міжнародного конкурентного середовища, прийняття адекватних управлінських рішень в умовах поглиблення інтеграційних процесів і глобалізації.

Завданнями вивчення дисципліни є:

- розуміння сутності МЕВ, їх еволюції, чинників та рівнів розвитку;
- оволодіння категоріальним апаратом, що використовується для аналізу процесів і явищ сучасного розвитку світового господарства;
- формування, поглиблення та систематизація знань про форми МЕВ, особливості розвитку інтеграційних процесів та діяльності міжнародних економічних організацій;
- формування здатності творчо аналізувати стан і тенденції розвитку системи міжнародних економічних відносин, визначати проблеми та перспективи їх розвитку.

МОДУЛЬ № 1 «ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ТА ФОРМИ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНИХ ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН»

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ 1.1. ТЕОРЕТИЧНІ ТА МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ МІЖНАРОДНИХ ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН

Мета заняття – визначення економічної сутності, генезису та особливостей розвитку міжнародних економічних відносин; формування методичних засад та інструментарію дослідження міжнародних економічних відносин.

Питання для обговорення:

1. Сутність міжнародних економічних відносин, умови та основні принципи.
2. Структура та форми МЕВ.
3. Економічні суб'єкти МЕВ.
4. Середовище МЕВ, його структура та характеристики.

Ситуаційна вправа «Аналіз середовища МЕВ»

Завдання:

1. Проаналізуйте вплив факторів зовнішнього середовища на діяльність конкретного підприємства (**можете обрати будь-яке, українське чи іноземне**), та оцініть їх за методикою Ф. Хедоурі. Приклад аналізу наведено в Таблиці 1.

Пояснення до даних табл. 1 (значення, які ви, як експерт, виставляєте самостійно):

- Стопчик «Фактори зовнішнього впливу» – змінює під ваше підприємство (у табл. 1 фактори відносяться до діяльності фармацевтичної компанії «Артеріум»).

- k – важливість впливу зовнішнього фактору (діапазон від +5 до -5). Якщо фактор не важливий для діяльності підприємства, то -5, якщо надзвичайно важливий, то +5.

- Y – значення впливу зовнішнього фактору на діяльність підприємства (діапазон від 50 до -50). Якщо фактор дуже негативно впливає на діяльність підприємства, то -50, якщо надзвичайно позитивно, то +50.

- $Vz = k \times Y$ - показник впливу зовнішнього фактору на діяльність підприємства (помножити значення k та Y).

Результати відображаєте на шкалі (приклад – рис. 1).

2. Здійсніть аналіз внутрішнього середовища того ж самого підприємства, обраного вами згідно з методикою SNW-аналізу (приклад – табл. 2).

Пояснення до даних табл. 2:

- Стовпчик «Фактори внутрішнього середовища корпорації» змінює під ваше підприємство (у табл. 2 фактори відносяться до внутрішнього середовища фармацевтичної компанії «Артеріум»).

- Стовпчик «Якісна оцінка чинників» – оцінює самі, на даний момент кожний з факторів внутрішнього середовища підприємства є сильною/нейтральною/слабою стороною.

3. Зробіть висновок про можливі дії щодо розвитку підприємства за таких умов внутрішнього та зовнішнього середовища.

Таблиця 1

Оцінка впливу зовнішніх факторів на діяльність фармацевтичної корпорації «Артеріум»

№	Фактори зовнішнього впливу	к, важливість впливу зовнішнього фактора (від -5 до +5) відсутність впливу → дуже сильний вплив	Y, значення впливу зовнішнього фактора на діяльність підприємства (від -50 до +50) негативне → позитивне	Вз = k×Y Загальний показник впливу зовнішнього фактора на діяльність підприємства
1	Рівень НТП	+5	+5	+25
2	Вплив інфляції	+4	-20	-80
3	Стабільність національної валюти	+4	-15	-60
4	Законодавство країни щодо регулювання фармацевтичної галузі	+2	-10	-20
5	Ставлення різних груп населення до корпорації	+3	+10	+30
6	Можливість проникнення на ринок	+2	-15	-30
7	Розподіл сегментів	+2	+10	+20
8	Перспективи розвитку ринку	+5	+20	+100
9	Рівень доходів споживачів	+4	-20	-80
10	Освітній рівень	+2	-10	-20
11	Державне регулювання фармацевтичного ринку	+3	-10	-30
12	Обсяг фінансування системи охорони здоров'я	+1	+20	+20
13	Зміни у кількості населення	+3	-10	-30

Рис. 1. Шкала оцінки можливостей і загроз зовнішнього середовища за Ф. Хедоурі

Велика загроза > -50	Загроза від -50 до -5	Нейтральний вплив від -5 до +5	Можливість від +5 до +50	Велика можливість > +50
№ 2, 3, 9	№ 4, 6, 10, 11, 13	-	№ 1, 5, 7, 12	№ 8

Таблиця 2

SNW-аналіз внутрішнього середовища корпорації "Артеріум"

Сфера	Фактори внутрішнього середовища корпорації	Якісна оцінка чинників		
		S (сильна сторона)	N (нейтральна сторона)	W (слабка сторона)
Персонал	Компетенції людських ресурсів	x		
	HR-політика		x	
	Мотивація праці	x		
	Плинність кадрів		x	
	Стиль лідерства			x
Маркетинг та логістика	Цінова політика			x
	Частка ринку		x	

	Життєвий цикл продуктів	x		
	Імідж та репутація	x		
	Канали розподілу	x		
	Асортимент товарів	x		
	Загальна організація діяльності		x	
	Рівень логістичної підтримки		x	
	Політика розподілу	x		
	Торгова політика підприємства		x	
Організація загального управління	Організаційна структура управління		x	
	Інформаційно-комунікаційна система підприємства		x	
	Організаційна культура та корпоративна етика корпорації	x		
	Корпоративна соціальна відповідальність	x		
	Система бізнес-планування		x	
Виробництво та інновації	Вартість сировини			x
	Відносини з постачальниками		x	
	Розташування виробничих приміщень	x		
	Моніторинг виробничого процесу		x	
	Якість фармацевтичної продукції	x		
	Виробничий потенціал	x		
	Стан обладнання		x	
	НДДКР	x		
	Інновації	x		
Патенти	x			
Фінанси	Фінансова стійкість корпорації			x
	Контроль та облік витрат		x	
	Сплата податків	x		
	Вартість капіталу			x
	Рівень заборгованості			x
	Фінансова залежність			x
	Рентабельність		x	

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ 1.2. СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО ТА ОСОБЛИВОСТІ ЙОГО РОЗВИТКУ

Мета заняття - сформувати розуміння особливостей розвитку сучасного світового господарства, місця країни в системі міжнародного поділу праці, його еволюції, особливостей розвитку міжнародної виробничої кооперації та спеціалізації.

Питання для обговорення:

1. Визначте сутність міжнародного поділу праці та прокоментуйте причини його розвитку.
2. Проаналізуйте фактори, що впливають на участь країн у МПП.
3. Визначити та дослідити основні показники розвитку МПП.
4. Охарактеризувати види міжнародної спеціалізації та кооперування виробництва. Навести приклади використання окремих видів міжнародної спеціалізації та кооперування виробництва. Пояснити основні переваги та ризики такої діяльності.
5. Проаналізуйте ключові ідеї сучасних теорій розвитку МПП.
6. Наведіть приклади ключових галузей спеціалізації окремих національних економік.

ЗАВДАННЯ №1

Проаналізуйте особливості міжнародної виробничої кооперації:

1. Наведіть приклад міжнародної виробничої кооперації компаній у міжнародному бізнесі (створення спільних підприємств, спільне виробництво, підрядне виробництво тощо).
2. Назвіть основні переваги такої кооперації.
3. Проаналізуйте можливі ризики такої співпраці.

Кейс "Особливості участі України в МПП"

Особливості участі будь-якої країни в міжнародному поділі праці визначаються поєднанням різних природно-географічних, соціально-економічних і технологічних факторів.

У Таблиці 2.1 наведено товарну структуру українського експорту у 2022 році.

Таблиця 2.1

Товарна структура зовнішньої торгівлі України, 2022 рік

Код і назва товарів згідно з УКТ ЗЕД	Експорт/Exports			Імпорт/Imports	
	тис. дол. США/thsd.USD	у % до 2021/in % to 2021	у % до загального обсягу/% of the total volume	тис. дол. США/thsd.USD	у % до загального обсягу/% of the total volume
Усього	44148774,6	64,9	100,0	55273492,5	100,0
<i>у тому числі</i>					
<i>I. Живі тварини; продукти тваринного походження</i>	1472435,5	109,5		1174848,8	21,2
01 живі тварини	38828,8	95,0		62577,5	1,1
02 м'ясо та істівні субпродукти	923908,5	109,3		209931,2	3,8
03 риба і ракоподібні	42356,3	74,1		627235,6	11,4
04 молоко та молочні продукти, яйця птиці; натуральний мед	452522,5	119,6		248225,9	4,5
05 інші продукти тваринного походження	14819,3	64,2		26878,6	0,5
<i>II. Продукти рослинного походження</i>	13478480,9	86,7		1926622,1	3,5
06 живі дерева та інші рослини	4962,6	60,9		48582,4	0,1
07 овочі	102678,2	52,2		352506,4	0,6
08 істівні плоди та горіхи	313081,7	85,0		662773,7	1,2
09 кава, чай	10973,7	69,0		274965,8	0,5
10 зернові культури	9112536,5	73,8		153393,2	0,3
11 продукція борошномельно-круп'яної промисловості	139565,9	94,1		43252,9	0,1
12 насіння і плоди олійних рослин	3758807,6	154,4		359175,6	0,7
13 шелак природний	2379,3	66,0		30063,7	0,0
14 рослинні матеріали для виготовлення	33495,4	183,2		1908,4	0,0
<i>III. Жири та олії тваринного або рослинного походження</i>	5949360,7	84,5		293881,0	0,5
<i>IV. Готові харчові продукти</i>	2496966,0	65,9		2554735,0	4,6
16 продукти з м'яса, риби	30841,0	106,8		142617,1	0,3
17 цукор і кондитерські вироби з цукру	299610,7	121,5		70192,2	0,1
18 какао та продукти з нього	147032,8	65,6		246432,9	0,4
19 готові продукти із зерна	251824,6	60,7		246362,6	0,4
20 продукти переробки овочів	222609,7	111,0		214903,8	0,4
21 різні харчові продукти	119729,7	67,5		415140,3	0,7
22 алкогольні і безалкогольні напої та оцет	204708,1	65,9		489771,2	0,9
23 залишки і відходи харчової промисловості	1081952,8	62,4		362018,5	0,7
24 тютюн і промислові замітники тютюну	138656,6	30,6		367296,4	0,7
<i>V. Мінеральні продукти</i>	4323469,3	51,4		13112098,6	29,9
25 сіль; сірка; землі та каміння	202740,9	39,7		224579,7	0,4
26 руди, шлак і зола	3080548,5	43,3		87166,8	0,2
27 палива мінеральні; нафта і продукти її перегонки	1040179,9	132,6		12800352,1	28,9
<i>VI. Продукція хімічної та пов'язаних з нею галузей промисловості</i>	1287184,2	45,7		6302747,3	14,3
28 продукти неорганічної хімії	314959,9	32,1		322791,5	0,6
29 органічні хімічні сполуки	135704,3	42,4		617150,2	1,1
30 фармацевтична продукція	238141,7	75,5		1900590,4	3,4
31 добрива	170212,0	27,3		799313,2	1,4
32 екстракти дубильні	74024,6	53,5		283244,6	0,5
33 ефірні олії	71557,4	56,7		520200,5	1,1
34 мило, поверхнево-активні органічні	32948,6	75,6		403127,8	0,7

<i>речовини</i>				
35 білкові речовини	107598,6	147,9		102074,7
36 порох і вибухові речовини	11202,1	160,2		25688,6
37 фотографічні або кінематографічні товари	299,0	105,1		18005,5
38 різноманітна хімічна продукція	130536,0	68,7		1310560,2
VII. Полімерні матеріали, пластмаси та вироби з них	470206,4	42,6		3247150,3
39 пластмаси, полімерні матеріали	424567,5	43,3		2469519,8
40 каучук, гума	45638,9	36,9		777630,4
VIII. Шкури необроблені, шкіра вичинена	104482,9	63,1		240494,2
41 шкури	50607,1	60,4		102313,3
42 вироби із шкіри	32781,8	61,4		136215,8
43 натуральне та штучне хутро	21093,9	74,5		1965,1
IX. Деревина і вироби з деревини	1885422,0	94,0		197576,6
44 деревина і вироби з деревини	1880751,7	94,0		190737,7
45 корок та вироби з нього	2185,2	90,4		5425,0
46 вироби із соломи	2485,2	85,2		1414,0
X. Маса з деревини або інших волокнистих целюлозних матеріалів	277514,1	52,0		760245,1
47 маса з деревини	2259,0	60,4		79458,0
48 папір та картон	253318,5	54,2		640632,7
49 друкована продукція	21936,7	34,7		40154,4
XI. Текстильні матеріали та текстильні вироби	671545,0	77,6		2482989,1
50 шовк	16,1	1420,3		251,0
51 вовна	3607,3	86,1		30062,8
52 бавовна	3201,8	115,9		122504,6
53 інші текстильні волокна	898,4	269,6		9789,1
54 нитки синтетичні або штучні	5679,0	53,1		163839,1
55 синтетичні або штучні штапельні волокна	12575,0	55,4		161402,3
56 вата	55163,2	52,7		117704,9
57 килими	17250,6	61,3		20054,7
58 спеціальні тканини	5124,6	104,1		64584,8
59 текстильні матеріали	9722,1	86,4		157044,5
60 трикотажні полотна	8835,1	104,6		247139,2
61 одяг та додаткові речі до одягу, трикотажні	121883,2	90,1		401977,9
62 одяг та додаткові речі до одягу, текстильні	286868,9	86,3		704211,1
63 інші готові текстильні вироби	140719,6	70,7		282423,0
XII. Взуття, головні убори, парасольки	175073,2	92,2		570744,7
64 взуття	149637,6	86,5		358980,9
65 головні убори	20187,5	223,7		201839,3
66 парасольки	4499,0	63,4		4414,6
67 оброблені пір'я та пух	749,1	114,4		5509,9
XIII. Вироби з каменю, гіпсу, цементу	300657,0	52,9		659019,0
68 вироби з каменю, гіпсу, цементу	79889,9	62,6		124554,3
69 керамічні вироби	62990,7	32,8		271276,0
70 скло та вироби із скла	157776,4	63,4		263188,8
XIV. 71 Перли природні або культивовані, дорогоцінне або напівдорогоцінне каміння	40989,1	31,9		70187,8
XV. Недорогоцінні метали та вироби з них	6004098,5	37,5		2590689,1
72 чорні метали	4532500,2	32,5	10,3	953350,9
73 вироби з чорних металів	1051820,0	81,3		642298,6
74 мідь і вироби з неї	90219,1	43,7		65163,4
75 нікель і вироби з нього	1268,0	26,1		59712,0
76 алюміній і вироби з нього	96911,6	57,3		339800,7
78 свинець і вироби з нього	11969,8	31,3		2836,2
79 цинк і вироби з нього	1331,4	242,0		38646,0
80 олово і вироби з нього	423,7	122,4		3311,2
81 інші недорогоцінні метали	23447,0	30,9		55251,6
82 інструменти, ножові вироби	24567,7	60,7		198653,4
83 інші вироби з недорогоцінних металів	169640,0	80,0		231665,2
XVI. Машини, обладнання та механізми; електротехнічне обладнання	3735990,3	71,0		9181622,5
84 реактори ядерні, котли, машини	1177798,8	55,5		4200344,2
85 електричні машини	2558191,5	81,5		4981278,3
XVII. Засоби наземного транспорту, літальні апарати, плавучі засоби	359418,2	53,1		5629841,0

86 залізничні локомотиви	146818,4	51,0	55783,4
87 засоби наземного транспорту, крім залізничного	133564,9	80,2	5224793,8
88 літальні апарати	26584,9	40,1	335654,2
89 судна	52450,0	33,7	13609,7
XVIII. Прилади та апарати оптичні, фотографічні	121538,2	71,1	1172074,3
90 прилади та апарати оптичні, фотографічні	118631,4	70,4	1152982,9
91 годинники	2242,1	113,5	10996,3
92 музичні інструменти	664,7	186,7	8095,2
XX. Різні промислові товари	972465,3	77,8	713212,8
94 меблі	806002,0	77,0	314213,4
95 іграшки	102522,0	92,0	158577,3
96 різні готові вироби	63941,3	69,7	240422,1
XXI. 97 Твори мистецтва	1113,3	41,7	478,3
Товари, придбані в портах	737,0	43,7	69155,2

¹ Без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим, м. Севастополя та тимчасово окупованих територій у Донецькій та Луганській областях

Примітка. В окремих випадках сума складових може не дорівнювати підсумку у зв'язку з округленням даних.

Завдання:

1) Розрахуйте частку від загального обсягу для кожного товару, що експортується Україною, і внесіть отримані дані в колонку "% від загального обсягу" в Таблиці 2.1. Проранжуйте їх від найбільшої частки до найменшої. Наприклад, група "72 чорні метали" посідає перше місце з часткою 10,3%.

2) За варіантами №1-30: визначте фактори, які найбільше впливають на формування окремих галузей спеціалізації національної економіки відповідно до рангу: варіант №1 відповідає першому рангу за питомою вагою, варіант №30 - 30-му рангу за питомою вагою.

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ 1.3. МІЖНАРОДНА ТОРГІВЛЯ У СИСТЕМІ МІЖНАРОДНИХ ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН

Мета заняття - визначення порядку та особливостей міжнародної торгівлі товарами, послугами та інтелектуальною власністю.

Питання для обговорення:

1. Дайте визначення зовнішньої та міжнародної торгівлі. Прокоментуйте основні передумови їх виникнення та розвитку.
2. Визначте роль зовнішньої торгівлі в розвитку національної економіки.
3. Визначте та охарактеризуйте основні показники міжнародної торгівлі.
4. Вивчити основні види та методи міжнародної торгівлі. Проаналізувати особливості міжнародної торгівлі послугами.
5. Дослідити специфіку функціонування окремих міжнародних товарних бірж, міжнародних аукціонів, міжнародних тендерів, міжнародних виставок та ярмарків.
6. Охарактеризувати чинники зростання міжнародної торгівлі.

Кейс "Зовнішня торгівля України з країнами ЄС"

Зовнішня торгівля має надзвичайно важливе значення для розвитку національної економіки.

На рис. 3.1 представлена динаміка ВВП України.

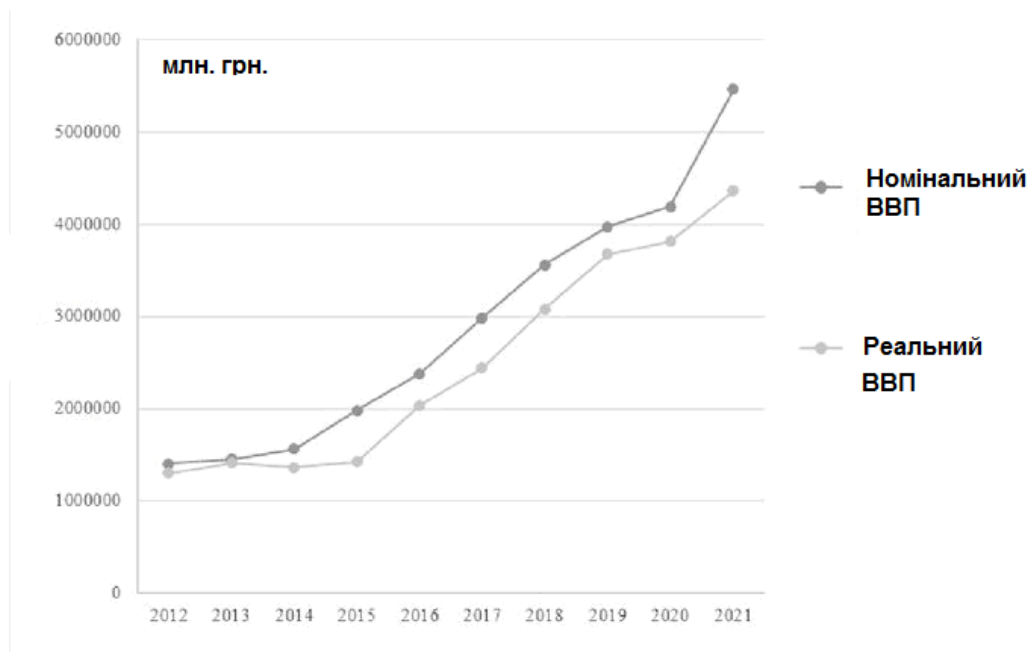


Рис. 3.1. Динаміка ВВП України

У табл. 3.1 наведено основні показники ВВП України за основними галузями, що його формують.

Таблиця 3.1

ВВП України: основні показники

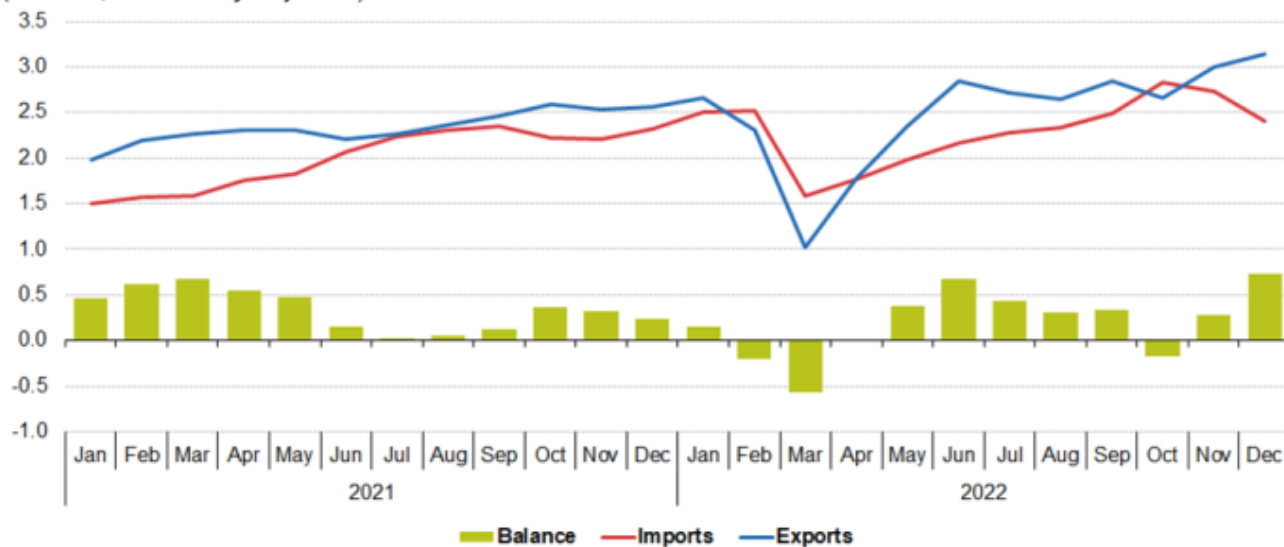
Показники	2021 р.	2020 р.	Од. виміру
ВВП	200.09	156.62	млрд. дол. США
ВВП на душу населення	2451.90	2350.40	дол. США
ВВП на душу населення за паритетом купівельної спроможності	12943.61	12407.79	дол. США
ВВП від комунальних послуг	1937.00	2101.00	млн. грн.
ВВП від транспорту	39915.00	40509.00	млн. грн.
ВВП від послуг	98797.00	94252.00	млн. грн.
ВВП від державного управління	32294.00	29377.00	млн. грн.
ВВП від видобувної промисловості	31374.00	31695.00	млн. грн.
ВВП від переробної промисловості	84363.00	72017.00	млн. грн.
ВВП від будівництва	33182.00	25194.00	млн. грн.
ВВП від сільського господарства	120569.00	141808.00	млн. грн.

Джерело: <https://tradingeconomics.com/ukraine/gdp>

Торгівля ЄС з Україною сильно постраждала від початку російського вторгнення. У лютому-березні 2022 року імпорту та експорту впали на 37 % та 56 % відповідно (рис. 3.2). Після цього початкового падіння імпорту та особливо експорту стрімко зросли і в четвертому кварталі 2022 року перевищили рівень аналогічного кварталу попереднього року.

EU trade in goods with Ukraine, 2021 - 2022

(€ billion, seasonally adjusted)



Source: Eurostat (online data code: ext_st_eu27_2020sitc)

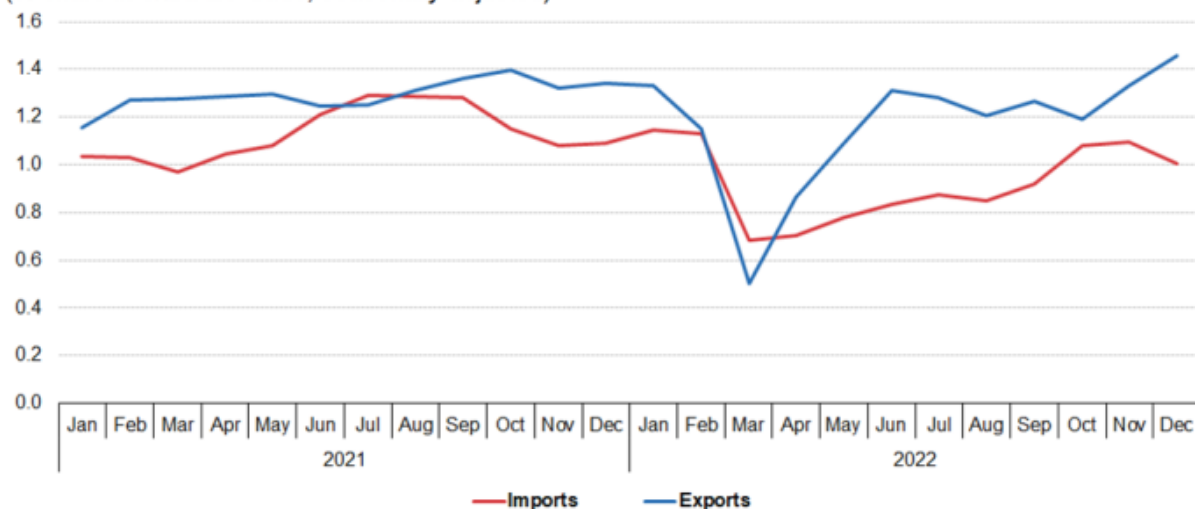
eurostat

Рис. 3.2. Торгівля товарами ЄС з Україною, 2021-2022 рр.
(млн євро, з урахуванням сезонних коливань)

Якщо поглянути на зміну часток України в торгівлі поза межами ЄС, то в жовтні та листопаді 2022 року експорт все ще був нижчим за рівень 2021 року, але в грудні 2022 року сягнув найвищого рівня з січня 2021 року (рис. 3.3). Щодо імпорту, то його частки в четвертому кварталі все ще були дещо нижчими, ніж у четвертому кварталі 2021 року, що свідчить про те, що відновлення імпорту, показане на графіку, відбулося переважно завдяки зростанню цін.

EU trade in goods with Ukraine, 2021 - 2022

(% share in extra-EU trade, seasonally adjusted)



Source: Eurostat (online data code: ext_st_eu27_2020sitc)

eurostat

Рис. 3.3. Торгівля товарами ЄС з Україною, 2021-2022 рр. (частка в торгівлі поза межами ЄС)
Джерело: Євростат

Ключові товарні групи, які ЄС імпортує з України, показані на рис. 3.4.

Ukraine's share in EU imports for selected products

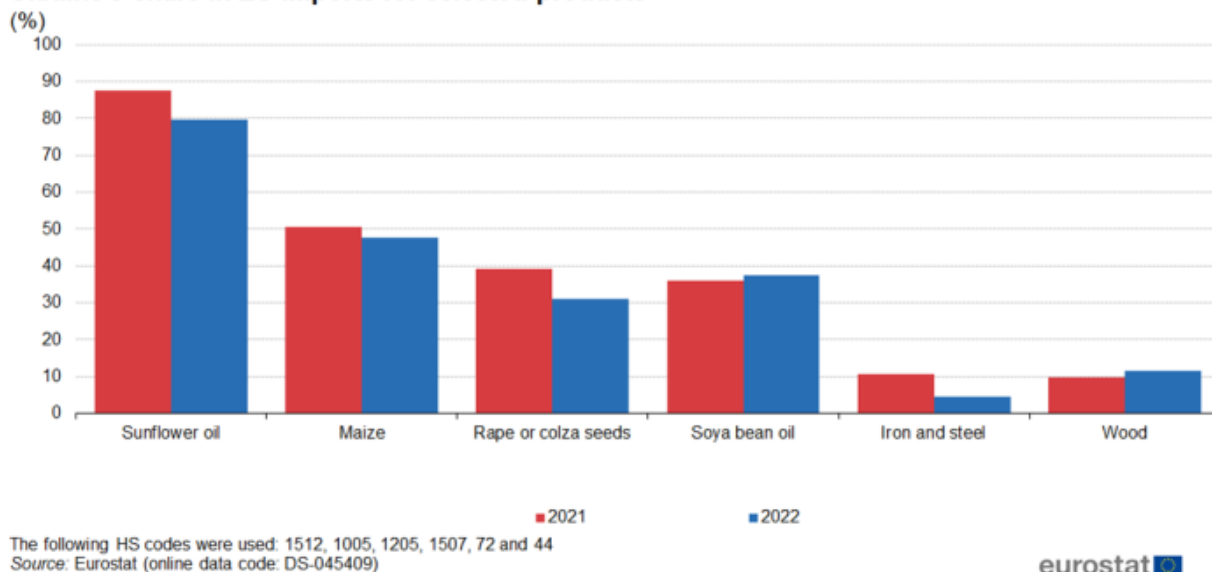


Рис. 3.4. Частка України в імпорті ЄС для окремих товарів, (%)

Завдання:

- 1) Провести порівняльний аналіз динаміки торговельних потоків між Україною та ЄС у розрізі товарних груп. Визначити ключові зміни в структурі експорту та імпорту.
- 2) Обґрунтувати взаємозалежність темпів зростання ВВП та зовнішньоторговельного обороту країни.
- 3) Охарактеризуйте стан зовнішньоторговельних відносин України з країнами ЄС.

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ 1.4. РЕГУЛЮВАННЯ МІЖНАРОДНОЇ ТОРГІВЛІ

Мета заняття - сформувані розуміння різних методів регулювання міжнародної торгівлі та доцільності їх застосування урядами держав.

Питання для обговорення:

1. Визначте роль регулювання міжнародної торгівлі у функціонуванні системи МЕВ.
2. Проаналізувати види та рівні державного регулювання міжнародної торгівлі.
3. Аргументуйте сильні та слабкі сторони державної політики протекціонізму та вільної торгівлі. Поясніть, яка з цих політик є найкращою для розвитку національної економіки країни.
4. Вивчіть різні інструменти тарифного та нетарифного регулювання. Визначити умови та необхідність їх використання.
5. Визначити принципи та особливості діяльності СОТ.
6. Дослідити взаємовідносини між Україною та СОТ. Визначити зміни в тарифній та нетарифній політиці України після вступу до СОТ.

Кейс “Тарифні та нетарифні інструменти в міжнародній торгівлі”

Тарифи (мита) - один із найпоширеніших інструментів регулювання

Донедавна Мексика використовувала 150% тариф на бразильську курятину.

США запровадили 11% імпортерний тариф на імпорту велосипедів з Великої Британії.

Таблиця 4.1

Тарифи Європейського Союзу за окремими товарами, %

Product group	EU Final bound import tariff (%)
Dairy products	54%
Fruit, vegetables, plants	10%
Sugars and confectionery	30%
Beverages & tobacco	21%
Minerals & metals	2%
Petroleum	2%
Clothing	11%

Для багатьох товарів ЄС стягує додаткові імпорتنі тарифи, коли світова ціна товару падає нижче ціни ринкової інтервенції ЄС. Яскравий приклад - імпорتنі мита на низку зернових.

У багатьох випадках ЄС дозволяє щороку ввозити квоту безмитних товарів в ЄС до того, як буде застосовано імпорتنий тариф. Зміни в цих квотах є важливими торговельними рішеннями.

Квотування. До 2014 року Південна Корея підтримувала жорсткі квоти на імпорт рису. Зараз вона замінила щорічну імпорتنу квоту на імпортні тарифи, покликані захистити південнокорейських рисових фермерів.

Експортні субсидії. В рамках Спільної аграрної політики ЄС та для підтримки американських виробників бавовни використовувалися субсидії.

У 2012 році уряд США ввів тарифи до 4,7% на імпорт сонячних панелей китайських виробників, вважаючи, що вони отримали вигоду від несправедливих експортних субсидій після перевірки, пов'язаної із значними проблемами, викликаними в американській сонячній промисловості.

Фітосанітарний контроль:

- Філіппінські манго та банани повинні відповідати суворим фітосанітарним вимогам США та Австралії.

- McDonald's France у 1998 році провів спеціальну рекламну кампанію із зображенням ковбоїв з надмірною вагою, які скаржилися на те, що McDonald's France відмовляється купувати американську яловичину, і повинен використовувати тільки французьку, щоб гарантувати максимальні гігієнічні умови. Таким чином, європейські зусилля були спрямовані на блокування імпорту американської яловичини, нашіпигованої гормонами.

РЕГУЛЮВАННЯ ЗОВНІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ В КНР.

- На всіх ринках існують певні бар'єри, які можуть перешкоджати активній торгівлі. Торговельні бар'єри Китаю включають різні обмеження та збори, які перешкоджають торгівлі. Вони часто поділяються на дві категорії: тарифні (ТБ) та нетарифні (НТБ) бар'єри в торгівлі. Термін "тариф" означає податки, мита та збори, що сплачуються на певну категорію імпорتنих (а іноді й експортних) товарів.
- З іншого боку, нетарифні бар'єри включають торговельні бар'єри КНР, не пов'язані з додатковими зборами, які включають в себе політику, правила та ліцензійні вимоги. Порівняно з іншими країнами, Китай є одним з найактивніших у цій сфері, можливо, через вразливість безперервного зростання, що прагне захистити уряд.

МИТНІ ТОРГОВЕЛЬНІ БАР'ЄРИ КНР:

- Тариф - це, по суті, податок або мито, що накладається на певну категорію імпорту або експорту. У всьому світі дедалі частіше знову запроваджуються тарифи на товари з Китаю, після того, як вони, як правило, взаємно знижувалися протягом багатьох років.

- У січні 2016 року Європейський Союз оголосив про свій план запровадити нову низку тарифів на китайський імпорт, зокрема, в рамках сталеливарної та сонячної промисловості. Таким чином, будь-який потенційний тариф має бути досліджений та зрозумілий, перш ніж приймати рішення про імпорт з Китаю.
- Китай також накладає тарифи від 0 до 100% на імпортовані товари. Прикладами дуже високих тарифів у Китаї є мита на імпорт автомобілів та інших предметів розкоші. Зазвичай розрізняють три основні категорії податків/тарифів: податок на додану вартість (ПДВ), податок на споживання та загальні митні збори.

НЕТАРИФНІ ТОРГОВЕЛЬНІ БАР'ЄРИ КНР:

- У Китаї поступово скасовуються квоти, що є, в основному, торговельними бар'єрами КНР, пов'язаним з імпортом, і спрямовані на встановлення кількісних обмежень на товар з метою захисту вітчизняної промисловості.
- Наразі квоти накладені на близько 40 різних категорій товарів. Запровадження квот перешкоджає внутрішньому споживачеві купувати імпортні товари, а також має на меті збільшити споживання товарів власного виробництва.
- Наразі китайська квота застосовується до видобутку рідкісних корисних копалин. Однак, необхідно враховувати квоти, введені іншими країнами проти китайської продукції; наприклад, США в даний час обмежують кількість текстилю, який може бути імпортований.
- Широко використовуваним нетарифним бар'єром для входу на ринок є ліцензії. Проте, у Китаї з 2005 року кількість товарів, що підлягають ліцензуванню імпорту, була обмежена. У 2015 році лише 2 категорії товарів все ще підлягали ліцензуванню: озоноруйнівні речовини та ключові технології, що використовуються для механічних та електронних виробів. Ці категорії охоплюють 135 окремих товарних позицій.

АНТИДЕМПІНГОВА ПОЛІТИКА

- На даний момент проти Китаю введено низку антидемпінгових мит. Це інструмент, дозволений СОТ як захист від дешевого імпорту, що становить небезпеку для місцевої промисловості, і спрямований на імпорт. Багато країн застосовують антидемпінгові мита проти Китаю, наприклад, щодо експорту нержавіючої сталі до Індії або ЄС.
- Мита часто діють впродовж кількох років. Індійська та європейська адміністрації запровадили ці антидемпінгові мита, щоб обмежити експорт з Китаю, який завдає шкоди їхній власній обробній промисловості.

ВАЛЮТНІ ОБМЕЖЕННЯ В ЗОВНІШНІЙ ТОРГІВЛІ

- Через втручання Китаю в обмінний курс юаня по відношенню до долара США створюється бар'єр для зовнішньої торгівлі з західними країнами. Оскільки Китай фактично "підтримує" обмінний курс, може виникнути розбіжність у цінах, що сплачуються в залежності від обмінного курсу валюти.
- Ще одним торговельним бар'єром Китаю є саморегульований контроль за обмінним курсом. В країні діють різноманітні обмеження на іноземні інвестиції, а також обмежується рівень прямих іноземних інвестицій (ПІІ) в китайські компанії. Це діє як бар'єр для торгівлі, оскільки обмежує ступінь участі іноземних компаній у певних секторах, таких як виробництво.
- Проте, ці обмеження поступово знімаються, і поступово з року в рік спостерігається зростання рівня ПІІ.

ЗАВДАННЯ

1. Визначте основні мотиви та наслідки застосування тарифних та нетарифних інструментів регулювання торгівлі відповідно до наведених прикладів.

2. Висловіть свою думку щодо необхідності використання тарифних і нетарифних інструментів регулювання міжнародної торгівлі в їх поєднанні. Обґрунтуйте свою точку зору. Наведіть інші приклади їх застосування в міжнародній практиці.

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ 1.5. МІЖНАРОДНИЙ РУХ КАПІТАЛІВ. МІЖНАРОДНА ІНВЕСТИЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ. ВІЛЬНІ ЕКОНОМІЧНІ ЗОНИ

Мета заняття - забезпечити усвідомлення причин і наслідків вивезення капіталу з країни, особливостей інвестування як однієї з основних форм міжнародного руху капіталу, формування уявлень про сутність і види інвестицій, інвестиційний клімат країни, роль іноземних інвестицій у національній економіці, фактори створення, особливості інвестиційного клімату та місце вільних економічних зон у світогосподарських зв'язках.

Питання для обговорення:

1. Визначте сутність та причини міжнародного руху капіталу.
2. Прокоментуйте основні закономірності та особливості вивозу капіталу в сучасних умовах.
3. Вивчити основні форми міжнародного руху капіталу.
4. Проаналізувати особливості прямих та портфельних інвестицій.
5. Описати сучасні тенденції міжнародного руху капіталу.
6. Проаналізувати основні переваги та ризики імпорту та експорту капіталу для національної економіки.
7. Визначати фактори, що впливають на масштаби, структуру та динаміку міжнародної інвестиційної діяльності в Україні.
8. Дати визначення вільних економічних зон.
9. Дослідити основні цілі створення ВЕЗ та їх соціально-економічну роль.
10. Дайте класифікацію ВЕЗ та опишіть їх різновиди.

Кейс "Фактори привабливості країни для іноземних інвесторів"

Одним з основних критеріїв відкритості економіки є сприятливий інвестиційний клімат в країні. Основними показниками відкритості національної економіки є частка експорту та імпорту у валовому внутрішньому продукті країни (експортна та імпортна квоти відповідно), а також комплексний показник - зовнішньоторговельна квота:

$$EK = E / \text{ВВП} * 100\% \quad (5.1)$$

$$IK = I / \text{ВВП} * 100\% \quad (5.2)$$

$$ЗТК = ЗТО / \text{ВВП} * 100\%, \quad (5.3)$$

де EK - експортна квота, IK - імпортна квота, ЗТК - зовнішньоторговельна квота, E - обсяги експорту у вартісному вираженні, I - обсяги імпорту у вартісному вираженні, ЗТО - обсяги зовнішньоторговельного обороту у вартісному вираженні.

Використовуючи дані, наведені в табл. 5.1, розрахуйте експортну, імпортну та зовнішньоторговельну квоти різних країн (країн з перехідною економікою та країн, що розвиваються) у певні періоди відповідно до варіанту. На основі цих показників зробіть висновок про ступінь відкритості економіки країни. Вкажіть інші фактори, що визначають рівень привабливості економіки країни для іноземних інвесторів.

Додаткова інформація. Величина експортної квоти вказує на місце країни на світовому ринку як продавця. Якщо $EK > 10\%$, то економіка країни вважається відкритою.

Показники ВВП та зовнішньої торгівлі країн

Варіант	ВВП країни, \$ млн.	Експорт, млн. дол.	Імпорт, \$ млн.	Зовнішньоторговельний оборот, \$ млн.
1.	12 223.8	997.2	1 015.1	2 012.3
2.	54 869.6	5 436.3	5 412.9	10 849.2
3.	48 048.7	4 125.7	4 098.5	8 224.2
4.	5 169.4	489.2	491.8	981.0
5.	10 565.2	754.6	748.3	1 502.9
6.	6 673.1	479.0	482.4	961.4
7.	165 227.1	19 925.2	19 912.8	39 838.0
8.	35 896.6	2 157.3	2 128.4	4 285.7
9.	21 400.0	3 845.4	3 789.4	7 634.8
10.	20 526.3	3 732.1	3 653.9	7 386.0
11.	31 000.1	5 636.4	6 125.2	11 761.6
12.	194 647.1	24 330.8	23 879.3	48 210.1
13.	12 000.3	2 182.3	2 196.4	4 378.7
14.	1 187.5	215.9	197.5	413.4
15.	12 525.2	1 043.8	1 057.2	2 101.0
16.	51 381.4	5 087.3	5 072.9	10 160.2
17.	45 805.6	3 948.8	3 893.1	7 841.9
18.	5 160.3	491.4	494.6	986.0
19.	11 147.1	796.2	791.0	1 587.2
20.	7 157.9	511.3	507.9	1 019.2
21.	166 803.7	20 341.9	20 329.8	40 671.7
22.	36 607.2	2 691.7	2 660.1	5 351.8
23.	19 428.6	3 532.4	3 491.3	7 023.7
24.	20 263.2	3 684.2	3 609.7	7 293.9
25.	31 315.8	5 693.8	6 045.4	11 739.2
26.	271 400.0	33 925.7	33 561.8	67 487.5
27.	12 888.9	2 343.6	2 360.5	4 704.1
28.	12 900.5	2 303.8	2 331.9	2 331.9
29.	10 162.5	832.9	811.7	1 644.6
30.	58 134.1	5 699.4	5 678.1	11 377.5

Імпортна квота характеризує залежність країни від світових ринків, її можна розглядати як зворотну характеристику національного економічного потенціалу.

За існуючими оцінками, зовнішньоторговельний оборот починає здійснювати стимулюючий або гальмівний вплив на національну економіку з моменту, коли він досягає рівня близько 25-27% ВВП.

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ 1.6. ТРАНСНАЦІОНАЛЬНІ КОРПОРАЦІЇ У СВІТОГОСПОДАРСЬКИХ ЗВ'ЯЗКАХ

Мета заняття - визначити чинники виникнення, ознаки, особливості розвитку та роль транснаціональних корпорацій у світових економічних відносинах.

Питання для обговорення:

1. Визначте причини виникнення та характерні риси міжнародних корпорацій. Охарактеризуйте основні етапи еволюції ТНК.
2. Проаналізуйте різновиди міжнародних корпорацій, назвіть їх відмінності.
3. Визначити основні конкурентні переваги ТНК на світовому ринку.

4. Порівняти різні способи виходу ТНК на зовнішні ринки.
5. Дослідити особливості розвитку ТНК на сучасному етапі.
6. Дослідити значення вартості бренду у формуванні конкурентної позиції ТНК.
7. Прокоментувати позитивні та негативні аспекти діяльності ТНК у середовищі приймаючих країн.

Кейс "Розвиток транснаціонального бізнесу"

На сьогоднішній день транснаціональні корпорації є надзвичайно впливовими силами на світовому ринку, тому доцільно дослідити специфіку їх діяльності.

Оберіть конкретну міжнародну корпорацію та дослідіть різні аспекти її діяльності: спеціалізацію, місію, стратегічні цілі, форми організації бізнесу за кордоном, конкурентні переваги, фінансові показники діяльності тощо. Основна інформація може бути представлена у вигляді таблиці (приклад наведено в табл. 6.1) та у вигляді презентації.

Таблиця 6.1

Особливості бізнесу компанії "Apple Inc."

Аспекти діяльності	Опис
Засновано	1 квітня 1976 року
Місцезнаходження	Каліфорнія, США (головний офіс)
Спеціалізація	комп'ютерне обладнання; комп'ютерне програмне забезпечення; побутова електроніка; цифрова дистрибуція; напівпровідники; дизайн кремнію; корпоративний венчурний капітал.
Місія	Apple розробляє комп'ютери Mac, найкращі персональні комп'ютери у світі, а також OS X, iLife, iWork та професійне програмне забезпечення. Apple очолює цифрову музичну революцію завдяки своїм плеєрам iPod та інтернет-магазину iTunes. Apple переосмислила мобільний телефон, створивши революційний iPhone та магазин додатків App Store, і визначає майбутнє мобільних медіа та комп'ютерних пристроїв з iPad.
Стратегічні цілі	розширювати діяльність за допомогою інтенсивних стратегій зростання для забезпечення широкого охоплення ринку.
Форми іноземного бізнесу	Дочірні компанії: Shazam, Texture, FileMaker Inc., Anobit, Braeburn Capital, Beats Electronics, Beddit, Apple Energy LLC, Apple Sales International, Apple Worldwide Video, Apple Services.
Конкурентні переваги	бренд, фанати Apple, здатність до простоти, гарна дизайнерська спадщина, капітал, вертикальна інтеграція, прив'язка до продуктів
Фінансові показники діяльності	Виручка 394,33 млрд доларів США (2022) Операційний прибуток 119,44 млрд доларів США (2022) Чистий прибуток 99,80 млрд доларів США (2022) Загальні активи 352,76 млрд доларів США (2022) Загальний капітал 50,67 млрд доларів США (2022) Кількість працівників 164 000 (2022)

Додаткові завдання:

1. Визначити особливості функціонування ТНК залежно від їх типу.
2. Проаналізувати основні переваги та ризики організації бізнесу ТНК за кордоном.
3. Навести приклади кращих практик розширення ділової активності ТНК.

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ 1.7. МІЖНАРОДНИЙ ОБМІН ТЕХНОЛОГІЯМИ

Метою заняття є вивчення основних форм трансферу технологій, особливостей правового регулювання ринку технологій та ступеня участі країн у міжнародному науково-технічному обміні.

Питання для обговорення:

1. Дайте визначення міжнародного обміну технологіями.
2. Проаналізуйте канали та етапи міжнародного трансферу технологій.
3. Дослідити ключові тенденції розвитку міжнародного ринку технологій.
4. Охарактеризувати основні форми міжнародного обміну технологіями.
5. Визначити, відповідно до яких правових актів здійснюється міжнародне регулювання ринку технологій.

Кейс "Успішний франчайзинг"

Франчайзинг допоміг багатьом компаніям завоювати ринок і стати всесвітньо відомими. Франшиза Соса-Кола почалася з того, що підприємці-початківці продавали ліцензію на франшизу іншим підприємцям, які отримували можливість розливати власну продукцію в пляшки.

Основним регіоном діяльності "The Coca-Cola Company" є США, у 2015 році на неї припало 20 млрд доларів США з 44 млрд доларів США доходу. В інших країнах "Кока-Кола" в основному представлена регіональними компаніями, які працюють на умовах франчайзингу і купують концентрати у "The Coca-Cola Company". Продажі концентратів і сиропів під брендом "Кока-Кола" (та його варіацій) становлять приблизно 37% від загального доходу.

Схема франчайзингу "The Coca-Cola Company" показана на рис. 7.1.

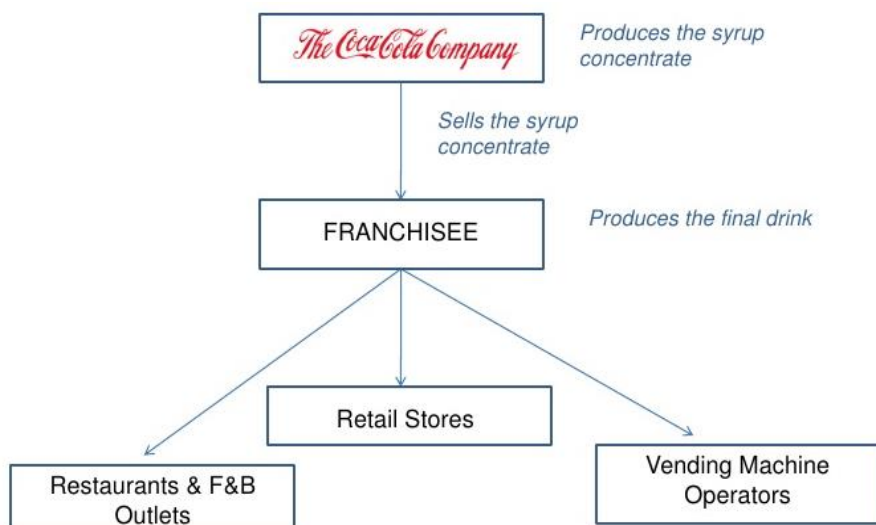


Рис. 7.1. Схема франчайзингу компанії "The Coca-Cola Company"

Завдання:

- 1) Проаналізувати особливості франчайзингу компанії "The Coca-Cola Company", відображені на рис. 7.1.
- 2) Визначити та охарактеризувати тип франчайзингу, який використовує компанія.
- 3) З'ясувати, чому навіть глобальні корпорації використовують контрактні форми виходу на зовнішні ринки замість активного інвестування.
- 4) Вивчити інші приклади успішного франчайзингу.

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ 1.8. МІЖНАРОДНА МІГРАЦІЯ РОБОЧОЇ СИЛИ

Мета заняття - визначити фактори, що впливають на міжнародну міграцію робочої сили, її основні напрямки, центри тяжіння, вплив трудової міграції на економіку країни.

Питання для обговорення:

1. Визначте сутність, причини, види та основні риси міжнародної міграції робочої сили.
2. Охарактеризуйте напрями міжнародної трудової міграції. Поясніть їх основні передумови.
3. Назвіть регіони та країни, які є основними центрами трудової міграції.
4. Визначити переваги та недоліки для національних економік країн-експортерів та імпортерів робочої сили.
5. Дослідіть проблеми "відтоку мізків" та пов'язані з цим негативні наслідки для розвитку національної економіки.
6. Вивчити основні адміністративно-правові та економічні інструменти державного регулювання міжнародних міграційних процесів.
7. Проаналізувати роль Міжнародної організації праці та Міжнародної організації з міграції у регулюванні міжнародної міграції та розвитку світової економіки.

Кейс "Регульовані міграційні потоки"

Останнім часом у зв'язку з формуванням "об'єднаної Європи" в країнах ЄС постало питання про можливі наслідки цього процесу для ринку праці. Активно обговорюється перспектива припинення працевлаштування іммігрантів з країн "третього світу". Насамперед, на запровадженні найжорсткіших обмежень наполягають уряди Франції, Німеччини та Великої Британії, в яких переселенці з відсталих регіонів становлять абсолютну більшість серед іммігрантів.

Державне регулювання міграційних процесів дає позитивні результати, але має і слабкі сторони. Контроль за в'їздом іноземців з боку всіх урядів країн імміграції, безумовно, сприяє дозуванню їхнього припливу залежно від потреб виробництва та ситуації на ринку праці. У такий спосіб попереджається спалах соціальної напруженості, який міг би виникнути при масовому притоці іноземців в умовах власного масового безробіття. Навіть враховуючи існування двох ринків праці - для іммігрантів і для їхніх працівників, - важко було б уникнути протистояння між ними. Регулювання забезпечує організований і, до певної міри, систематичний найм, розподіл і використання імпортованої робочої сили.

Водночас, усі закони та нормативні акти іноземних країн-споживачів не надають іммігрантам рівних прав в економічній, політичній та соціальній сферах, як того вимагає Загальна декларація прав людини та рішення МОП про мігрантів. У рішеннях урядів національні інтереси переважають над міжнародними нормами та міжнародними принципами рівності та свободи.

Завдання:

1. Визначити найбільш ефективні заходи щодо обмеження міграційних потоків, які застосовуються розвиненими країнами та інтеграційними об'єднаннями країн.
2. Дослідити особливості спільної імміграційної політики ЄС. Виявити передумови для спільного регулювання міграційних процесів в ЄС.

МОДУЛЬ № 2 «ВАЛЮТНО-ФІНАНСОВІ ТА ІНСТИТУЦІОНАЛЬНІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ МEB В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ ТА МІЖНАРОДНОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ ІНТЕГРАЦІЇ»

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ 2.1. МІЖНАРОДНІ ВАЛЮТНІ ВІДНОСИНИ

Мета заняття - вивчити природу валютного курсу, його різновиди, особливості розвитку міжнародної валютної системи та міжнародних валютних ринків.

Питання для обговорення:

1. Дайте визначення поняттям "валюта", "валютний ринок", "міжнародна валютна система" та "національна валютна система".
2. Дослідіть сутність та особливості сучасних міжнародних валютних відносин.
3. Проаналізуйте найважливіші риси етапів розвитку міжнародної валютної системи. Поясніть необхідність переходу до нових валютних систем.
4. Розкрийте особливості міжнародних колективних валютних одиниць.
5. Вивчити цілі та основні етапи створення Європейської валютної системи.
6. Визначити та охарактеризувати особливості функціонування міжнародних валютних ринків.
7. Охарактеризувати основні сегменти міжбанківських валютних ринків.
8. Аналізувати основні цінні папери та похідні фінансові інструменти, що обертаються на міжнародному ринку цінних паперів.
9. Дослідити особливості розвитку національної грошово-кредитної системи України, визначити основні напрямки забезпечення її стабільності як основи розвитку національної економіки.

Кейс "Створення зони євро та особливості запровадження євро"

Всі країни-члени Європейського Союзу входять до Економічного та валютного союзу (ЕВС) і координують свою економічну політику для підтримки економічних цілей ЄС.

Європейська валютна система (ЄВС) - це форма організації відносин між країнами-членами ЄС у валютній сфері, яка має на меті забезпечити стабільне співвідношення між обмінними курсами національних валют цих держав і тим самим сприяти стабілізації їх зовнішньоекономічних відносин в цілому.

Однак ряд країн-членів пішли ще далі, замінивши свої національні валюти єдиною валютою - євро. Ці держави-члени утворюють Єврозону.

Коли євро було вперше введено в 1999 році, єврозона складалася з 11 з 15 країн-членів ЄС. Греція приєдналася в 2001 році, всього за рік до переходу на готівку, а потім Словенія в 2007 році, Кіпр і Мальта в 2008 році, Словаччина в 2009 році, Естонія в 2011 році, Латвія в 2014 році і Литва в 2015 році. Сьогодні в єврозоні налічується 19 країн-членів ЄС.

Важливою подією на початку 2002 року стало введення в обіг банкнот і монет євро та виведення з обігу дванадцяти існуючих національних валют. Ця подія вплинула на кожного громадянина Єврозони.

З країн-членів, що не входять до Єврозони, Данія має право "відмовитися" від участі в Протоколі, хоча вона може приєднатися до нього в майбутньому, якщо забажає. Швеція ще не набула права бути частиною єврозони. Решта держав-членів, що не входять до єврозони, - це ті, що приєдналися до ЄС у 2004, 2007 і 2013 роках після запровадження євро. На момент вступу вони не відповідали необхідним умовам для приєднання до єврозони, але взяли на себе зобов'язання приєднатися, коли вони це зроблять - вони є країнами-членами, які "відмовилися" від членства, як Швеція.

ЗАВДАННЯ:

1. Якими були основні передумови та причини формування європейської валютної системи?
2. Визначити переваги та ризики запровадження євро як єдиної валюти.
3. Чому деякі країни-члени ЄС не є членами єврозони?

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ 2.2. МІЖНАРОДНІ КРЕДИТИ

Мета заняття - зрозуміти особливості міжнародних розрахунків та міжнародних кредитів.

Питання для обговорення:

1. Визначте роль і місце міжнародних кредитів у МЄВ.
2. Визначити та охарактеризувати функції та принципи міжнародного кредитування.
3. Дайте визначення міжнародного ринку позичкових капіталів. Охарактеризуйте його основні сегменти.
4. Проаналізувати різні види міжнародних кредитів за термінами, за кредиторами, за цільовим призначенням, за загальними джерелами, за формою кредиту, за видом забезпечення, за валютою кредиту та за формою надання кредиту.
5. Вивчити особливості та практичні кейси використання міжнародного факторингу, форфейтингу та лізингу при здійсненні зовнішньоекономічної діяльності.
6. Охарактеризувати роль міжнародних валютно-фінансових організацій у процесах міжнародного кредитування.
7. Проаналізувати основні напрями та цілі діяльності Міжнародного валютного фонду.
8. Визначити особливості функцій, які виконують установи, що входять до Групи Світового банку.

Кейс "Співпраця України зі Світовим банком"

Світовий банк є важливим джерелом фінансової та технічної допомоги країнам, що розвиваються, в усьому світі.

Світовий банк надає Україні активну підтримку в переході до ринкової економіки з моменту вступу країни до цієї організації в 1992 році. Банк допоміг модернізувати бюджетну систему України, створивши державне казначейство, ліквідувавши бартерні платежі та покращивши загальну фінансову та платіжну дисципліну. Банк також відіграв важливу роль в ініціюванні реформи банківського та фінансового секторів, удосконаленні системи соціальної допомоги, сприянні вступу України до СОТ та покращенні бізнес-середовища.

За роки співпраці Світовий банк схвалив для України 50 позик на загальну суму 10,1 млрд. доларів США, з яких 7,4 млрд. доларів США було отримано.

Реалізовано 12 проєктів, спрямованих на модернізацію інфраструктури, зокрема проєкти з реабілітації гідроелектростанцій, передачі електроенергії, розвитку міської інфраструктури, покращення стану доріг та безпеки руху, підвищення енергоефективності, розвитку міської інфраструктури, модернізації системи соціальної підтримки населення України, покращення охорони здоров'я.

Детальнішу інформацію можна знайти:

https://mof.gov.ua/uk/news/30_rokiv_spivpratsi_zi_svitovim_bankom-3587

<https://bank.gov.ua/ua/about/international/financial-institutions>

Завдання:

1. Визначити основні внески проєктів, що підтримуються Світовим банком в Україні.
2. Окреслити зміни у напрямках співпраці України з Групою Світового банку.
3. Проаналізувати особливості співпраці України з іншими міжнародними валютно-фінансовими та кредитними організаціями, зокрема Міжнародним валютним фондом та

Європейським банком реконструкції та розвитку. Визначити основні переваги та недоліки міжнародного кредитування для України.

4. Зібрати та проаналізувати додаткову інформацію щодо умов кредитування міжнародними організаціями.

5. Дослідити проблему зовнішнього боргу України та окреслити можливі шляхи її вирішення.

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ 2.3. ЦІНОУТВОРЕННЯ НА МІЖНАРОДНОМУ РИНКУ

Мета заняття - дослідити особливості ціноутворення на міжнародному ринку, визначити специфіку впливу різних факторів при виборі цінової стратегії підприємства, що здійснює зовнішньоекономічну діяльність.

Питання для обговорення:

1. Вивчити сутність та види цін у міжнародній торгівлі.
2. Проаналізувати фактори, що впливають на ціноутворення на міжнародному ринку.
3. Охарактеризувати особливості вибору цінової стратегії компанії на зовнішніх ринках.

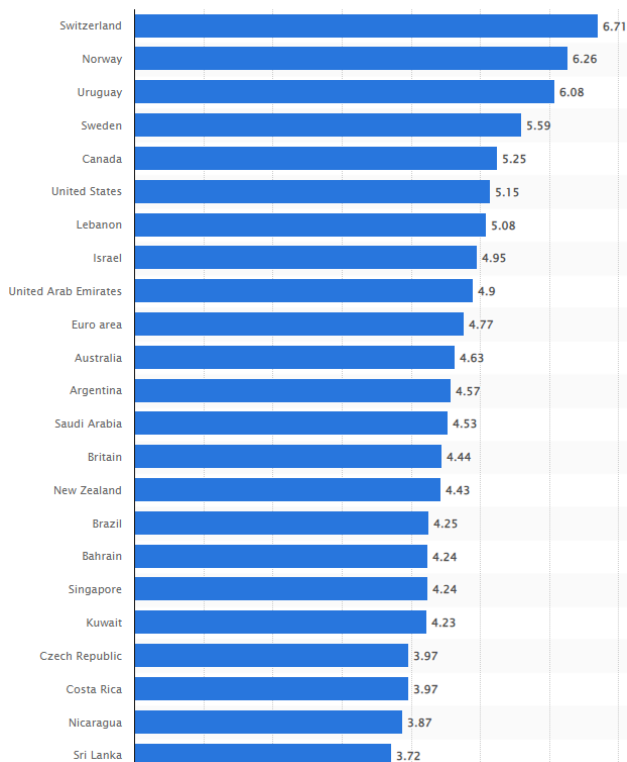
Визначити доцільність використання єдиної цінової політики та гнучкої цінової політики підприємством, що здійснює зовнішньоекономічну діяльність.

4. Описати відмінності, переваги та недоліки витратного ціноутворення від ринкового ціноутворення.

Кейс «Ціноутворення на міжнародному ринку»

1. McDonald's

Світова ціна Біг-Мака станом на липень 2022 року, в розрізі країн (в доларах США)



Джерело: www.statista.com

2. Цінова стратегія Apple (iPhone)

За інформацією Bloomberg, Apple стала першою компанією в США, вартість якої становила більше 800 млрд. дол. США, і ця сума збільшилася завдяки появі чергового iPhone. Раніше

люди не могли уявити собі, як технологічні компанії можуть відігравати ключову роль у діловому світі. Зростання Apple як однієї з провідних компаній у всьому світі ознаменувало появу такої технології.

Apple ніколи не мала на меті продавати дешеві телефони, і головна мета Apple – продати відмінний телефон і забезпечити відмінний досвід. Стратегія ціноутворення компанії Apple дозволила збільшити прибуток, продаючи iPhone за високими цінами. Незважаючи на те, що стратегія преміум ціноутворення призвела до того, що Apple пожертвувала низькобюджетними клієнтами, велика вигода допомогла компанії інвестувати більше в нові продукти.

Стратегія преміум ціноутворення також допомогла компанії Apple забезпечити та підтримувати лояльність клієнтів. Ці клієнти, як правило, вважають, що вони платять високу ціну за Apple, оскільки вони отримують винятковий продукт з найкращої якості.

Звичайно, Apple не просто дотримуватися стратегії «преміум» цінової політики, оскільки іноді клієнти обирають дешевший телефон через обмежений бюджет. Проте, винятковий дизайн і якість Apple, як і раніше, допомагають бути найпотужнішою технологічною компанією у всьому світі в своєму сегменті.

3. Як ІКЕА адаптувала свої стратегії для розширення в Китаї

Компанія ІКЕА відома у всьому світі за низькі ціни та інноваційно розроблені меблі. Проте, в Китаї вона зіткнулася з особливими проблемами. Її **стратегія низьких цін** створювала плутанину в очікуваннях китайських споживачів, а місцеві конкуренти копіювали її проекти.

У 1998 році шведський меблевий гігант ІКЕА розпочав свою роздрібну торгівлю в Китаї. Щоб відповідати місцевим законам, компанія **створила спільне підприємство**. Цей захід слугував гарною платформою для тестування ринку, розуміння місцевих потреб та відповідної адаптації стратегій. Компанія вчасно зрозуміла, що китайські квартири були маленькими, а клієнти потребували функціональних, модульних рішень. У зв'язку з цим меблі пристосували до типового розміру квартири+балкон.

ІКЕА зіткнулася з подібними проблемами раніше, коли входила на ринок США. Компанія спочатку намагалася відтворити існуючу бізнес-модель та продукти в США. Але їй довелося адаптувати свою продукцію до місцевих потреб. Американським клієнтам були потрібні більші ліжка та більші шафи. ІКЕА довелося внести низку змін у свою маркетингову стратегію в США. Тим не менш, проблеми, з якими вона зіткнулася в Китаї, були набагато більшими, ніж у США.

Коли компанія відкрила більше магазинів від Пекіна до Шанхаю, доходи компанії швидко зросли. Наприклад, у 2004 році дохід від Китайського ринку зріс на 40% порівняно з попереднім роком. Але виникла проблема – її місцеві магазини були неприбутковими.

ІКЕА побудувала ряд фабрик у Китаї та збільшила місцеві джерела постачання матеріалів. Хоча загалом 30% асортименту меблів ІКЕА постачається з Китаю, близько 65% обсягу продажів в країні походить від місцевих джерел. Ці місцеві заводи вирішили проблему високих імпортних мит в Китаї. Компанія також почала проводити місцеві інспекції якості, ближче до виробництва, щоб заощадити на витратах на ремонт.

З 2000 року ІКЕА знизил ціни більш ніж на 60%. Наприклад, ціна столу "Lack" знизилася до 39 юанів (менше 5 євро за поточними валютними курсами) від 120 юанів, коли ІКЕА вперше вийшла на китайський ринок. Компанія планувала знижувати ціни й надалі, сприяючи масовому виробництву та зменшенню витрат у ланцюгах поставок.

ІКЕА визначила стратегічні виклики та зробила спроби подолати їх. Одна з основних проблем для ІКЕА полягала в тому, що її ціни, які вважалися низькими в Європі та Північній Америці, були вищими, ніж середній рівень цін у Китаї.

Компанія це усвідомила і почала **орієнтуватись на молодь середнього класу**. Ця категорія споживачів має відносно високі доходи і прихильніша до західного стилю. Орієнтація на цей сегмент допомогла ІКЕА проявити себе як амбіційний західний бренд. **Це була кардинальна зміна стратегії, оскільки ІКЕА орієнтувалася на масовий ринок в інших частинах світу.**

ІКЕА також довелося змінити свою маркетингову стратегію. На більшості ринків компанія використовує каталог своєї продукції як основний маркетинговий інструмент. Проте, **в Китаї каталог забезпечив конкурентам можливість імітувати товари компанії**. Дійсно, місцеві конкуренти скопіювали конструкції ІКЕА, а потім пропонували подібні продукти за нижчими цінами. ІКЕА вирішила не реагувати, оскільки китайські закони не були достатньо сильними, щоб стримувати таку діяльність. Замість цього компанія **використовує веб-сайт китайської соціальної мережі та мікро-блогів Weibo для досягнення цільової аудиторії – міської молоді**.

ІКЕА також скоригувала свою стратегію розміщення магазинів. У Європі та США, де більшість клієнтів використовують особисті автомобілі, магазини ІКЕА, як правило, розташовані в передмісті. Проте, в Китаї більшість клієнтів користуються громадським транспортом. Таким чином, **компанія створила свої торгові точки на околицях міст, які з'єднані мережами залізниць та метро**.

Розширення ІКЕА в Китаї призвело до збільшення витрат. З 1999 року ІКЕА працює над тим, щоб стати більш екологічною компанією. Вона платить за поліетиленові пакети, залучає еко-продукти від постачальників та збільшує використання поновлюваних джерел енергії у своїх магазинах. Все це виявилось складно здійснити в Китаї. **Китайські споживачі, чутливі до змін у ціні, були незадоволені, коли їх просили додатково заплатити за пластикові пакети, і вони не хотіли приносити свої власні сумки**. Крім того, більшість постачальників у Китаї не мали необхідних технологій для забезпечення зелених продуктів, які відповідали стандартам ІКЕА. Допомога їм у впровадженні нових технологій означала більшу вартість, що може зашкодити бізнесу. ІКЕА вирішила дотримуватися низьких цін, щоб залишитися в бізнесі.

Компанія також дізналася, що **країни, що розвиваються, не готові до екологічних практик, особливо якщо вони призводять до підвищення цін**. ІКЕА, відома своїми меблями в плоскій упаковці, які споживачі повинні збирати собі, усвідомила важливість розуміння місцевої культури – **китайці ненавидять концепцію "збери сам"**.

ІКЕА зрозуміла, що на ринках, що розвиваються, світові бренди можуть не повторити свій успіх за допомогою стратегії низької ціни. Там завжди будуть місцеві виробники, які матимуть менші витрати. Набагато важливіше те, що клієнти думають про компанію, а не навпаки.

ІКЕА добре вдалося адаптуватись до китайського ринку, хоча вона внесла численні зміни в свої стратегії та їй потрібно було більше 12 років, щоб стати прибутковою в Азії.

Щоб краще зрозуміти індійських споживачів, ІКЕА відвідала понад 2000 домогосподарств з різним рівнем доходу в різних містах. Вона розмістила меблі, аксесуари для дому та кухні в багатьох будинках і протестувала їх, щоб побачити, як вони поведуться в спекотних, вологих і заплених містах країни.

Третина асортименту ІКЕА в Індії змінюється щороку, а чверть товарів, що продаються, виробляються на місцевому рівні. Як ринок, Індія чутлива до цін, тому ІКЕА працювала з усіма споживачами в кожній категорії.

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ 2.4. МІЖНАРОДНА ЕКОНОМІЧНА ІНТЕГРАЦІЯ

Мета заняття - визначити особливості та тенденції міжнародної економічної інтеграції в різних регіонах світу.

Питання для обговорення:

1. Визначте сутність, передумови та цілі міжнародної економічної інтеграції.
2. Охарактеризуйте види та особливості міжнародної економічної інтеграції на мікрорівні.
3. Дати порівняльну характеристику основних форм (етапів) міжнародної економічної інтеграції на мікрорівні.
4. Дослідити вплив інтеграції на соціально-економічний розвиток країн-учасниць.
5. Проаналізувати особливості дезінтеграційних та реінтеграційних процесів у регіонах світу.

Кейс "Інтеграція як стратегія розвитку ТНК"

Компанії, що здійснюють міжнародну економічну діяльність, можуть використовувати різні варіанти інтеграції з іншими економічними суб'єктами, насамперед варіант повної інтеграції через злиття та поглинання:

1) "Starbucks" - найбільша кав'ярня у світі, яка працює через близько 17 000 магазинів у більш ніж 50 країнах. Місія компанії полягає в тому, щоб постачати клієнтам найкращу каву в світі.

Минула стратегія "Starbucks" полягала в тому, щоб купувати зерна у постачальників, забезпечуючи якість за рахунок високого контролю ціни та якості, обсмажування зерен, повністю інтегрованого в ланцюжок поставок, з метою надання кави найвищої якості.

Нова стратегія "Starbucks" виразилася у придбанні кавової ферми в Китаї, розвитку навчання та підвищення кваліфікації працівників, забезпеченні якості за рахунок власних ферм та ноу-хау. Таке рішення було зумовлене відкриттям китайського ринку та його постійним стрімким зростанням, обмеженою пропозицією високоякісних зерен арабіки, зростанням цін на кавові зерна, бажанням отримати прямий контроль якості на всіх етапах виробництва та контролювати повний клієнтський досвід.

2) "Ford Motor Company" має власні заводи з виробництва сталі, скла та шин. Ford не тільки виробляє автомобілі, але й продає їх. Він також контролює виробництво шин і сталі для автомобільних деталей. Таким чином вони мають більший контроль над собівартістю продукції та постачанням сировини.

Компанія інвестує в розвиток постачальників і співпрацює з окремими ключовими постачальниками, але здатна тримати їх під контролем через загрозу конкуренції. Нещодавно "Форд" вийшов на ринок Китаю через спільні підприємства, а не через заводи, що перебувають у повній власності компанії.

3) "Nestlé S.A." - швейцарська транснаціональна корпорація, найбільший у світі виробник продуктів харчування. "Nestlé" виробляє розчинну каву, мінеральну воду, шоколад, морозиво, бульйони, молочні продукти, дитяче харчування, корми для домашніх тварин, фармацевтичну продукцію та косметику. Основні торгові марки: KitKat, Maggi, Nescafe, Nesquik, Nestea.

Розширення "Нестле" відбувається переважно за рахунок поглинання інших фірм. Її керівництво вважає, що доцільніше виходити на висококонкурентний ринок шляхом придбання фірм, які вже працюють на ньому, і вкладати в них необхідні кошти, ніж організувати нові підрозділи. Дуже часто продукція і територіальне розташування цих фірм не відповідають структурі "Нестле". Наприклад, "Нестле" стала власником готелів. Оскільки керівництву "Нестле" бракувало досвіду в готельному бізнесі, то на рівні афілійованої компанії було отримано право приймати значно ширші рішення, ніж зазвичай. Інші приклади - придбання виробника шоколадних батончиків "KitKat" та ін., купівля акцій "L'Oréal", Львівської кондитерської фабрики "Світоч", луцької компанії "Волиньхолдинг", що спеціалізується на виробництві холодних соусів під торговою маркою "Торчин".

Завдання:

1. Визначити тип мікроінтеграції в кожному випадку.
2. Поясніть необхідність використання інтеграції для розвитку підприємств на зовнішніх ринках.
3. Проаналізуйте основні переваги та ризики такої інтеграції для компаній "Starbucks", "Ford Motor Company" та "Nestlé S.A.".
4. Наведіть інші приклади кращих практик здійснення горизонтальної, вертикальної, діагональної та диверсифікованої інтеграції підприємствами, що здійснюють міжнародний бізнес.

Кейс "Інтеграція компаній в рамках стратегічних альянсів"

Однією з основних концепцій розвитку управлінської практики у високорозвинених країнах є теорія альянсів. Ця концепція широко використовується в діяльності фірм, що надають фінансові та страхові послуги. Сьогодні переважає тенденція до створення альянсів, спрямованих на розробку комплексних пропозицій для задоволення індивідуальних потреб конкретних клієнтів.

Найбільші виробники комп'ютерів і програмного забезпечення створюють альянси для виробництва найбільш складних, інтегрованих систем управління ризиками.

Такий альянс був створений трьома американськими корпораціями:

1. "IBM" (засоби для створення та зберігання баз даних);
2. "PeopleSoft" (програми для порівняння звітності);
3. "Алгоритміка" (програми для аналізу даних).

Корпорації альянсу розробили програми, що дозволяють оцінити обсяг робіт і витрати, пов'язані з впровадженням передових методів у банківські системи, створили корпоративну IT-інфраструктуру, необхідну для повноцінного використання систем. Альянс запропонував банкам придбати IT-системи, що охоплюють різні аспекти управління ризиками.

Конкурентами альянсу трьох американських корпорацій у цій сфері діяльності є: консалтингові та аудиторські компанії ("Accenture", "Bearing Point", "Ernst & Young", "McKinsey", "KPMG", "PwC" та ін.); спеціалізовані компанії та рейтингові агентства ("Erick", "Fitch Risk Management", "Mercer Oliver Wyman", "Moody's", "Standard & Poor's" тощо).

Завдання:

1. Визначити причини та переваги створення альянсів для компаній-партнерів, зокрема "IBM", "PeopleSoft", "Алгоритміка". Визначити тип мікроінтеграції.
2. Поміркуйте, як створення такого сильного альянсу може вплинути на перерозподіл сил на ринку і якими можуть бути дії конкурентів у відповідь.
3. Визначте та оцініть доцільність застосування інших альтернатив для компаній, окрім створення альянсів.
4. Проаналізувати основні ризики інтеграції в рамках альянсу для компаній-партнерів.
5. Вивчити інші приклади успішного альянсного партнерства.

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ 2.5. ОСОБЛИВОСТІ РЕГІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ ІНТЕГРАЦІЇ

Мета заняття - визначити передумови та особливості регіональної економічної інтеграції в рамках USMCA, МЕРКОСУР, АТЕС, АСЕАН, Африканського Союзу.

Питання для обговорення:

1. Визначте сутність регіональної економічної інтеграції та основні чинники, що стимулюють її розвиток.
2. Визначити особливості інтеграції в межах Північноамериканського регіону. Дослідити передумови та цілі створення НАФТА. Проаналізувати тенденції в торгівлі та ПШ країн-членів

USMCA. Визначити ключові результати для кожної національної економіки та перспективи розвитку інтеграції в північноамериканському регіоні.

3. Охарактеризувати інтеграційні процеси в латиноамериканському регіоні, зокрема в рамках МЕРКОСУР. Дослідити ключові показники розвитку МЕРКОСУР.

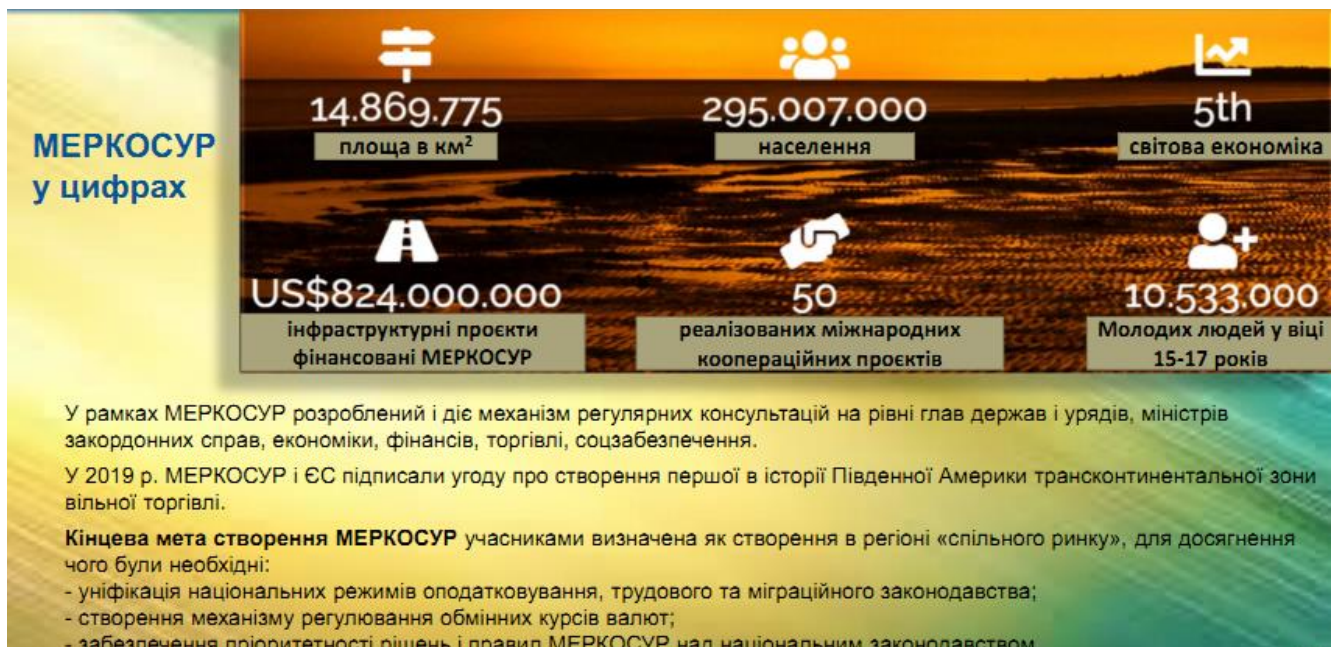
4. Дослідити різні вектори інтеграції в Азіатсько-Тихоокеанському регіоні (в рамках АТЕС та АСЕАН).

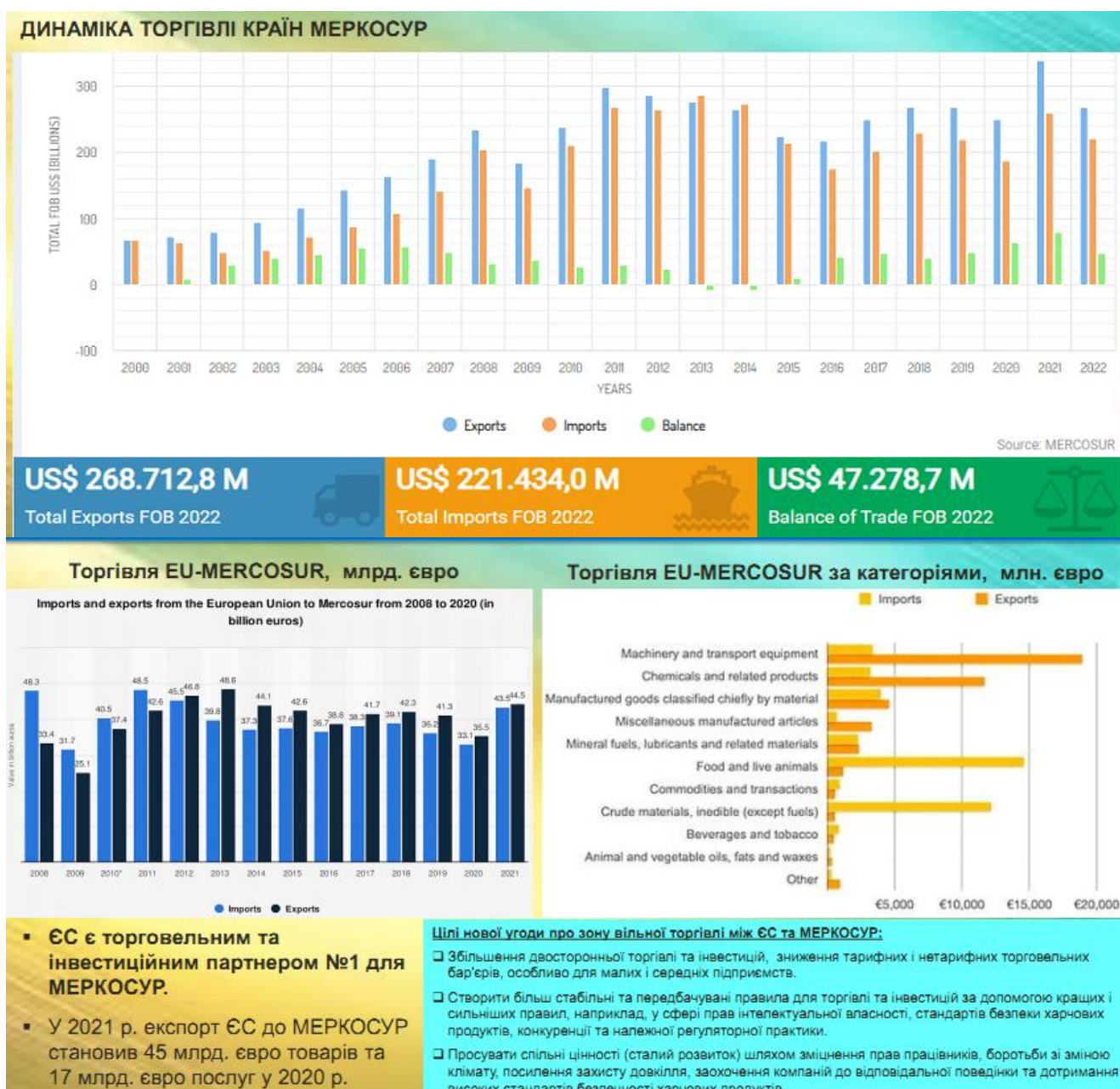
5. Визначити основні відмінності інтеграційних процесів в Африканському регіоні порівняно з іншими.

Кейс "Економічна інтеграція в МЕРКОСУР"

ПІВДЕННОАМЕРИКАНСЬКИЙ СПІЛЬНИЙ РИНОК (MERCOSUR):

- Рік створення: 1991.
- Країни-члени: Аргентина, Бразилія, Парагвай, Уругвай + Венесуела (членство призупинено з 05.08.2017).
- Асоційовані члени - Чилі, Болівія, Колумбія, Перу, Еквадор, Гайана Суринам.
- Територія - 14,8 млн км² з населенням 295 млн осіб та загальним ВВП близько 2 трлн доларів США.
- Першим кроком до створення Спільного ринку стала Угода про вільну торгівлю, підписана Аргентиною та Бразилією у 1986 році. У 1990 році до цієї угоди приєдналися Парагвай та Уругвай.
- Основним принципом роботи вищих органів є консенсус.
- З 1 січня 1995 року МЕРКОСУР перейшов на вищий рівень інтеграції: від зони вільної торгівлі до митного союзу.
- У внутрішній торгівлі було запроваджено єдиний для всіх учасників зовнішній митний тариф на продукцію, що імпортується з третіх країн (ставка ввізного мита на різні товари становила від 0 до 20%).





Завдання:

1. Визначити ключові фактори успіху МЕРКОСУР.
2. Проаналізувати взаємодію між МЕРКОСУР та ЄС як основним торговельним партнером.
3. Визначити перспективні напрямки розвитку МЕРКОСУР.

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ 2.6. ІНТЕГРАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ: ДОСВІД ЄС

Мета заняття - визначити передумови та особливості економічної інтеграції в рамках ЄС.

Питання для обговорення:

1. Визначте передумови та цілі створення ЄС.
2. Проаналізуйте еволюційні етапи розвитку ЄС. Визначити ключові зміни на кожному етапі та їх значення для подальшого розвитку.
3. Описати особливості взаємодії між органами та інституціями ЄС. Вивчити послідовність прийняття рішень в ЄС.

4. Вивчити спільні політики ЄС: регіональну політику, спільну зовнішню політику та політику безпеки, політику конкуренції, політику свободи, безпеки та правосуддя, політику демократії та прав людини, політику розширення та політики сусідства, енергетичну та екологічну політику, політику розвитку та гуманітарної допомоги, освітню політику тощо.

5. Проаналізувати ключові показники розвитку ЄС за останніми даними у таких сферах, як: ринок праці; економіка та фінанси; міжнародна торгівля; сільське, лісове та рибне господарство; промисловість, торгівля та послуги, наука, технології та цифрове суспільство; навколишнє середовище; енергетика; транспорт.

6. Дослідити перспективи взаємодії між Україною та ЄС.

Кейс "Розвиток ЄС"

1. З 2004 року членами Європейського Союзу стали 10 країн Центральної та Східної Європи, з 2007 року - ще дві (Болгарія та Румунія), з 2013 року - Хорватія. Дослідіть зміни у розвитку ЄС, пов'язані з цими розширеннями, позитивні та негативні тенденції. Проаналізувати, як ці розширення ЄС вплинули на розвиток двостороннього економічного співробітництва між Україною та цими державами у сфері міждержавної торгівлі, валютно-фінансовій сфері, залучення інвестицій, кооперації, трудової міграції.

2. Висловіть свою думку щодо якісних характеристик інтеграційних процесів в Європі, які є: а) сприятливими для України; б) несприятливими для її розвитку. Оформіть цю інформацію у вигляді таблиці. Запропонуйте шляхи усунення несприятливих для України аспектів євроінтеграційних процесів.

3. Спробуйте визначити умови, за яких Україна може увійти до інтеграційних угруповань держав з наднаціональним регулюванням, враховуючи існуючі економічні та соціально-політичні аспекти розвитку. Визначити тип угоди, яка має бути укладена між країнами-членами Європейського Союзу для регулювання відносин у всіх сферах замість національного законодавства.

4. Останніми роками помітно активізувалася співпраця між Україною та ЄС у сфері енергетики, сільського господарства, екології. За підтримки ЄС відбувається реформування української газотранспортної системи, модернізація вугільної галузі. З огляду на це, визначте, які сектори економіки зможуть ефективно використати свої переваги у співпраці з Європейським Союзом.

5. Brexit - це вихід Великої Британії з ЄС. Він відбувався після референдуму 23 червня 2016 року, на якому 51,9% тих, хто проголосував, підтримали вихід. Акт про Європейський Союз (вихід) 2018 року визначив "день виходу" як 29 березня 2019 року об 11.00. Завершення виходу відбулося 1 лютого 2020 р. Це призвело як до позитивних, так і до негативних наслідків, змінило особливості поглиблення інтеграції в рамках ЄС. Проаналізуйте їх та визначте перспективні напрями розвитку ЄС з урахуванням цього.

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ 2.7. ГЛОБАЛІЗАЦІЯ ТА ГЛОБАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ЛЮДСТВА

Мета заняття - дослідити сутність, особливості та можливі наслідки глобальних проблем і шляхи їх вирішення.

Питання для обговорення:

1. Визначити сутність глобалізації, її прояви та основні аспекти.
2. Проаналізувати переваги та недоліки глобалізаційних процесів. Визначте, чи є цей процес більш позитивним чи негативним для розвитку національної економіки.
3. Вивчити поняття викликів, які називають глобальними проблемами людства, та визначити їх основні риси.

4. Охарактеризуйте сучасні глобальні проблеми: проблеми роззброєння та збереження миру на Землі, екологічні проблеми, продовольчі проблеми, демографічні проблеми, енергетичні та сировинні проблеми, проблеми охорони здоров'я тощо.

5. Назвіть основні причини загострення глобальних проблем.

6. Проаналізуйте основні напрями міжнародного співробітництва у вирішенні екологічних, енергетичних і сировинних, демографічних та миротворчих проблем.

Кейс "Індекс глобалізації країн КОФ"

Індекс глобалізації КОФ вимірює економічні, соціальні та політичні виміри глобалізації. Ці сфери перебувають на підйомі з 1970-х років.

Індекс глобалізації КОФ розраховується на основі індексів економічної, соціальної та політичної глобалізації. У свою чергу, економічна глобалізація оцінюється через торговельну та фінансову глобалізацію, а соціальна глобалізація - через міжособистісний, інформаційний та культурний виміри (табл. 7.1).

Таблиця 7.1

Структура Індексу глобалізації КОФ

Індекс глобалізації, де-факто	Ваги	Індекс глобалізації, де-факто	Ваги
1. ЕКОНОМІЧНА ГЛОБАЛІЗАЦІЯ, ДЕ-ФАКТО	33,3	2. СОЦІАЛЬНА ГЛОБАЛІЗАЦІЯ, ДЕ-ФАКТО	33,3
1.1. Глобалізація торгівлі, де-факто	50,0	2.1. Міжособистісна глобалізація, де-факто	33,3
Торгівля товарами	37,1	Міжнародний голосовий трафік	20,5
Торгівля послугами	43,4	Трансфери	22,0
Різноманітність торговельних партнерів	19,5	Міжнародний туризм	21,5
		Іноземні студенти	18,9
1.2. Фінансова глобалізація, де-факто	50,0	Міграція	17,1
Прямі іноземні інвестиції	26,4	2.2. Інформаційна глобалізація, де-факто	33,3
Портфельні інвестиції	16,8	Використана пропускна здатність Інтернету	41,4
Міжнародний борг	28,1	Міжнародні патенти	29,2
Міжнародні резерви	1,3	Експорт високих технологій	29,4
Міжнародні платежі за доходами	27,3	2.3. Культурна глобалізація, де-факто	33,3
		Торгівля культурними товарами	28,6
3. ПОЛІТИЧНА ГЛОБАЛІЗАЦІЯ, ДЕ-ФАКТО	33,3	Торгівля персональними послугами	24,7
Посольства	37,1	Міжнародні торгові марки	8,2
Миротворчі місії ООН	24,7	Ресторани McDonald's	21,9
Міжнародні неурядові організації	38,2	Магазини ІКЕА	16,5

У зв'язку з посиленням взаємозалежності між країнами світу та більшою відкритістю національних економік, розширенням сфери міжнародного партнерства спостерігається тенденція до посилення глобалізації в економічній, соціальній та політичній сферах.

Найбільш глобалізованою є економічна сфера, за нею йде політична, а потім соціальна глобалізація. Індекс глобалізації КОФ є середньозваженим показником за цими трьома вимірами.

Згідно з Індексом глобалізації КОФ, Нідерланди, Швейцарія, Бельгія, Швеція, Великобританія, Німеччина, Австрія, Данія, Фінляндія та Франція представляють топ-10 найбільш глобалізованих країн світу у 2021 році.

2021 KOF Індекс глобалізації	
Місце	КРАЇНА
1	Нідерланди (90.91)
2	Швейцарія (90.45)
3	Бельгія (90.33)
4	Швеція (89.44)
5	Велика Британія (89.31)
6	Німеччина (88.73)
7	Австрія (88.61)
8	Данія (87.80)
9	Фінляндія (87.68)
10	Франція (87.63)
	Україна (73.93)

Завдання:

1. Дослідити зміни в індексі глобалізації країн.
2. Визначити фактори, що впливають на рівень політичної, економічної та соціальної глобалізації. Дослідити, наскільки високий рівень відкритості країни впливає на рівень її глобалізації.
3. Проаналізувати позитивні та негативні наслідки високого рівня глобалізації країни для її розвитку. Визначити можливі шляхи захисту країни від негативних наслідків глобалізації.
4. Проаналізувати рівень глобалізації України.