

Міністерство освіти і науки України
Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна

УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ

Методичні рекомендації
для здобувачів спеціальностей 073 «Менеджмент»,
075 «Маркетинг», 076 «Підприємництво та торгівля»
першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

Рецензенти:

Т. Ф. Ларіна – доктор економічних наук, професор, декан факультету економічних відносин та фінансів ДБТУ ХНТУСГ імені Петра Василенка;

О. В. Тур – кандидат економічних наук, старший науковий співробітник відділу макроекономічної політики та регіонального розвитку Науково-дослідного центру індустріальних проблем розвитку НАН України.

*Затверджено до друку рішенням Науково-методичної ради
Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна
(протокол № 1 від 20 жовтня 2023 року)*

У 68 **Управління конкурентоспроможністю підприємств** : методичні рекомендації для здобувачів спеціальностей 073 «Менеджмент», 075 «Маркетинг», 076 «Підприємництво та торгівля» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти / уклад. Н. В. Кузьминчук, В. І. Ляшевська, Т. П. Шуба. – Харків : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2023. – 16 с.

Методичні рекомендації присвячено питанням теоретичної та практичної підготовки відповідно до кваліфікаційної характеристики студентів-бакалаврів спеціальностей 073 «Менеджмент», 075 «Маркетинг», 076 «Підприємництво та торгівля» з навчальної дисципліни «Управління конкурентоспроможністю підприємств».

Методичні рекомендації навчальної дисципліни «Управління конкурентоспроможністю підприємств» містять характеристику навчального курсу, анотований зміст дисципліни, перелік методів навчання, тематику виконання ІНДЗ, перелік літератури, форми та методи контролю знань, питання до екзамену, приклади типових тестових завдань.

Рекомендовано для студентів закладів вищої освіти, а також викладачів, спеціалістів, керівників, які цікавляться питаннями управління конкурентоспроможністю підприємств.

УДК 339.923:061.1ЄС(075.8)

© Харківський національний університет
імені В. Н. Каразіна, 2023

© Кузьминчук Н. В., Ляшевська В. І.,
Шуба Т. П., уклад., 2023

© Дончик І. М., макет обкладинки, 2023

Навчальне видання

Кузьминчук Наталія Валеріївна
Ляшевська Вікторія Іванівна
Шуба Тетяна Петрівна

УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ

Методичні рекомендації для здобувачів спеціальностей
073 «Менеджмент», 075 «Маркетинг», 076 «Підприємництво та торгівля»
першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

Коректор *О. В. Анцибора*
Комп'ютерне верстання *В. В. Савінкова*
Макет обкладинки *І. М. Дончик*

Формат 60*84/16. Ум. друк. арк. 2,67. Наклад 50 пр. Зам. № 177/23.

Видавець і виготовлювач
Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна,
61022, м. Харків, майдан Свободи, 4.
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи ДК № 3367 від 13.01.2009
Видавництво ХНУ імені В. Н. Каразіна
Тел. 705-24-32

ЗМІСТ

Вступ.....	4
Тематичний план навчальної дисципліни.....	5
Рекомендована література.....	7
Тематика контрольних робіт.....	8
Питання до екзамену.....	9
Приклади типових тестових завдань з навчальної дисципліни «Управління конкурентоспроможністю підприємств»	10

ВСТУП

Мета викладання навчальної дисципліни: формування системи науково-теоретичних і практичних знань з управління конкурентоспроможністю підприємств, набуття умінь оцінювати їх позицію та розвивати конкурентні переваги, здійснювати методологічно правильний вибір конкурентних переваг й вести економічну діяльність в умовах конкуренції.

Основні завдання вивчення дисципліни: оволодіння сучасним методичним інструментарієм з ефективного управління конкурентоспроможністю підприємств в сучасних умовах господарювання, формування практичних навичок з вибору конкурентних переваг підприємства, розвиток умінь оцінювання конкурентної позиції на ринку.

Заплановані результати навчання:

знати:

- сутність поняття «конкуренція», «конкурентоспроможність підприємства», «конкурентоспроможність продукції»;
- переваги концепції конкурентоспроможності;
- моделі та методи оцінки конкурентоспроможності товару і підприємства;
- принципи та фактори забезпечення конкурентоспроможності підприємства;
- елементи системи управління конкурентоспроможності підприємства та їх взаємодію;

вміти:

- орієнтуватися на ринку серед конкурентів;
- розраховувати основні показники з оцінки конкурентоспроможності продукції;
- здійснювати оцінку чинників конкурентоспроможності підприємства;
- здійснювати оцінку та розробку конкурентної стратегії;
- визначати та досліджувати конкурентні галузі на національному та міжнародному ринках;
- визначити джерела і чинники глобальної конкурентоспроможності;
- застосовувати концепції розвитку кластерів.

В результаті вивчення курсу студент буде здатен аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової та підприємницької діяльності, розв'язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у галузі маркетингової та підприємницької діяльності, із застосуванням теорій та методів, які характеризуються комплексністю та невизначеністю умов.

ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Розділ 1. Теоретико-методичні основи конкурентоспроможності підприємства

Тема 1. Теоретичні основи конкурентних відносин

Сутність та види економічної конкуренції. Конкуренція: сутність та види. Еволюція поглядів на конкуренцію.

Ринок як спільнота конкуруючих компаній. Конкуренція як рушійна сила ринку. Види конкурентної поведінки. Прийоми цінової та нецінової конкуренції. Елементи механізму конкурентної боротьби.

Конкурентоспроможність суб'єкта конкуренції та її основні ознаки. Конкуренція і підприємство. Стратегія конкуренції на основі прогнозування дій підприємств.

Тема 2. Конкурентне середовище підприємства

Основні складові конкурентного середовища. Конкурентне середовище. Класифікація конкурентного середовища. Види конкурентного середовища. Модель п'яти сил конкуренції Портера.

Державна політика в сфері регулювання конкуренції. Поняття недобросовісної конкуренції. Типи недобросовісної конкурентної поведінки на ринку. Основні елементи державної політики у сфері регулювання конкуренції. Законодавство стосовно регулювання конкуренції в Україні.

Рушійні сили ринку та інтенсивність конкуренції. Активність конкурентного середовища підприємства. Ринкова частка фірми. Рушійні сили ринку. Фактори посилення конкуренції.

Аналіз діяльності конкурентів. Галузевий аналіз. Типи конкурентів. Аналіз профілю конкурентів. Аналіз діяльності конкурентів.

Тема 3. Конкурентні переваги підприємства

Сутність та співвідношення понять «ринкові чинники успіху», «ключові компетенції», «конкурентні переваги». Види конкурентоспроможності. Чинники конкурентоспроможності фірм. Поняття конкурентної переваги. Модель п'яти сил конкуренції в галузі.

Властивості конкурентних переваг. Конкурентна перевага й типові стратегії. Джерела конкурентної переваги. Фактори отримання конкурентних переваг. Властивості конкурентних переваг.

Сфери формування та реалізації конкурентних переваг. Ланцюг створення вартості. Стратегічні зони господарювання. Внутрішні та зовнішні конкурентні переваги. Економічні компетенції. Управлінські компетенції.

Види та джерела формування конкурентних переваг. Класифікація конкурентних переваг за М. Портером. Рівні конкурентних переваг за джерелами створення та стійкістю до копіювання.

Тема 4. Конкурентоспроможність товару та методики її оцінки

Фактори, параметри та критерії конкурентоспроможності товару.

Визначення конкурентоспроможності товару. Визначення міжнародної товарної конкуренції. Чинники та критерії конкурентоспроможності товару.

Методи оцінки конкурентоспроможності товару. Принципи оцінки конкурентоспроможності товарів і послуг. Основні підходи до управління конкурентоспроможністю товару.

Розділ 2. Управління конкурентоспроможністю підприємства

Тема 5. Конкурентні стратегії

Система конкурентних стратегій підприємства. Класифікація стратегій за М. Портером. Класифікація стратегій за Ф. Котлером. Класифікація стратегій за І. Ансоффом. Інші класифікації конкурентних стратегій. Стратегічні показники, що впливають на вибір стратегії.

Стратегії надбання конкурентної переваги. Матриця загальних стратегій конкуренції. Особливості практичного застосування стратегій надбання конкурентних переваг.

Стратегії конкурентної поведінки підприємства. Наступальні стратегії. Оборонні стратегії. Класифікація Е. Райса та Дж. Траута. Класифікація Ф. Котлера.

Стратегія забезпечення конкурентоспроможності як комплексна стратегія. Ситуаційне проектування конкурентної стратегії. Конкурентні стратегії в сфері радикальних інновацій. Конкурентні стратегії в сфері малого бізнесу. Формування конкурентної стратегії на світовому ринку.

Тема 6. Система та процес управління конкурентоспроможністю підприємства

Чинники, які визначають рівень конкурентоспроможності підприємства. Етапи і процедури процесу управління конкурентоспроможністю підприємства.

Методи оцінки рівня конкурентоспроможності підприємства. Принципи оцінки рівня конкурентоспроможності підприємства. Загальний порядок оцінки рівня конкурентоспроможності підприємства. Багатокутник конкурентоспроможності.

Системно-процесний підхід до управління конкурентоспроможністю підприємства. Базові принципи системно-процесного підходу до управління конкурентоспроможністю підприємства. Взаємозв'язок елементів системи управління конкурентоспроможністю підприємства.

Специфічні особливості забезпечення конкурентоспроможності бізнес-організацій різних типів. Маркетингова орієнтація підприємств. Типологія бізнес-організацій. Особливості забезпечення конкурентоспроможності бізнес-організацій різних типів.

Тема 7. Розробка та забезпечення реалізації програм підвищення конкурентоспроможності

Концепція розробки та забезпечення реалізації програми підвищення конкурентоспроможності підприємства. Основні елементи програми підвищення конкурентоспроможності. Основні характеристики програм підвищення конкурентоспроможності. Учасники програм підвищення конкурентоспроможності.

Етапи розробки програми підвищення конкурентоспроможності. Постадійна декомпозиція процесу розробки. Етапи та групи етапів. Організаційна структура управління програмою підвищення конкурентоспроможності.

Програми підвищення конкурентоспроможності галузі та країни. Теоретико-методологічні основи реалізації програм підвищення конкурентоспроможності. Міжнародний досвід реалізації програм підвищення конкурентоспроможності.

Методи навчання

Лекції, практичні ситуації, case-study, розрахунково-аналітичні завдання, тренінги, рольові ігри, тестування.

Методичне забезпечення

НМКД – робоча програма, тексти лекцій, плани практичних занять, пакет розрахунково-аналітичних завдань, кейси, тести, ситуації.

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Основна література

1. Варналій З. С. Конкуренція і підприємництво : монографія / З. С. Варналій. – Київ : Знання України, 2015. – 463 с.
2. Піддубний І. О., Піддубна А. І. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства : навчальний посібник – Харків, 2004. – 264 с.
3. Жаліло Я. А. Конкурентоспроможність економіки України в умовах глобалізації / Я. А. Жаліло, Я. Б. Базиліук, Я. В. Белінська [та ін.] ; за ред. Я. А. Жаліла. – Київ : НІСД, 2005. – 388 с.
4. Клименко С. М. Управління конкурентоспроможністю підприємства : навч. посіб. / С. М. Клименко, Т. В. Омеляненко, Д. О. Барабась, О. С. Дуброва, А. В. Вакуленко. – Київ : КНЕУ, 2006. – 527 с.
5. Конкурентоспроможність національної економіки / за ред. д. е. н. Б. Є. Кваснюка. – Київ : Фенікс, 2005. – 582 с.
6. Конкурентоспроможність підприємства: оцінка рівня та напрями підвищення : монографія / за заг. ред. О. Г. Янкового. – Одеса : Атлант, 2013. – 470 с.

Допоміжна література

1. Венгер В. В. Конкуренція та конкуренти на регіональних ринках чорних металів / В. В. Венгер, В. А. Точилин // Економіка і прогнозування. – 2013. – № 1. – С. 81–96.
2. Дикань В. Л. Методи оцінки конкурентоспроможності інтегрованих бізнес-структур (БС) / В. Л. Дикань // Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Економічні науки». – № 8. – Частина 6. – 2014. – С. 139–142.
3. Ляшевська В. І. Державне регулювання конкурентоспроможності з урахуванням нових тенденцій економічного розвитку // Ефективна економіка. 2016. – № 5. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=4989>
4. Ляшевська В. І., Третяк В. П. Україна в європейських і міжнародних рейтингах конкурентоспроможності // Соціальна економіка. – 2016. – № 1. – Вип. 51. – С. 183–192.
5. Ляшевська В. І., Сквіра І. О., Бойко Ю. А. Конкурентоспроможність підприємств аграрного сектору на зовнішньому ринку // Причорноморські економічні студії. – 2018. – Випуск 28 (Ч. 1.). – С. 31–34.
6. Ляшевська В. І., Шадріна Д. Ю., Орехов В. Р. Теоретичні засади конкурентоспроможності підприємства на зовнішніх ринках // Приазовський економічний вісник. – 2019. – № 6 (17). URL: <http://pev.kpu.zp.ua/vypusk-6-17>
7. Євтушенко В. А., Ляшевська В. І., Копитцова О. С. Планування зовнішньоекономічної діяльності як фактор підвищення конкурентоспроможності підприємств на світовому ринку // Бізнес Інформ. – 2021. – № 6. – С. 38–43. URL: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2021-6-38-43>
8. Lyashevskaya V. I. Views on competition and free market of the Nobel laureates in economics Friedrich Von Hayek and Richard Stone / V. Lyashevskaya // European Applied Sciences. – 2015. – Vol. 11. – P. 82–83.

Посилання на інформаційні ресурси в мережі Інтернет, відео-лекції, інше методичне забезпечення

1. The Global Competitiveness Report 2018. URL: <http://reports.weforum.org/global-competitiveness-report-2018/> (Accessed 01.05.2021).
2. The Global Competitiveness Report 2017–2018 URL: <https://www.weforum.org/reports/the-global-competitiveness-report-2017-2018> (Accessed 01.05.2021).
3. База статистичних даних UNCTAD URL: <https://unctadstat.unctad.org/EN/> (Accessed 01.05.2021).

ТЕМАТИКА КОНТРОЛЬНИХ РОБІТ (ІНДЗ)

1. Сутність та види економічної конкуренції.
2. Ринок як спільнота конкуруючих компаній.
3. Конкурентоспроможність суб'єкта конкуренції та її основні ознаки.
4. Основні складові конкурентного середовища.

5. Державна політика в сфері регулювання конкуренції.
6. Рушійні сили ринку та інтенсивність конкуренції.
7. Аналіз діяльності конкурентів.
8. Сутність та співвідношення понять «ринкові чинники успіху», «ключові компетенції», «конкурентні переваги».
9. Властивості конкурентних переваг.
10. Сфери формування та реалізації конкурентних переваг.
11. Види та джерела формування конкурентних переваг.
12. Фактори, параметри та критерії конкурентоспроможності товару.
13. Методи оцінки конкурентоспроможності товару.
14. Система конкурентних стратегій підприємства.
15. Стратегії надбання конкурентної переваги.
16. Стратегії конкурентної поведінки підприємства.
17. Стратегія забезпечення конкурентоспроможності як комплексна стратегія. Ситуаційне проектування конкурентної стратегії.
18. Чинники, які визначають рівень конкурентоспроможності підприємства.
19. Методи оцінки рівня конкурентоспроможності підприємства.
20. Системно-процесний підхід до управління конкурентоспроможністю підприємства.
21. Специфічні особливості забезпечення конкурентоспроможності бізнес-організацій різних типів.
22. Концепція розробки та забезпечення реалізації програми підвищення конкурентоспроможності підприємства.
23. Етапи розробки програми підвищення конкурентоспроможності.
24. Програми підвищення конкурентоспроможності галузі та країни.

ПИТАННЯ ДО ЕКЗАМЕНУ

1. Конкуренція: сутність і види. Методи конкурентної боротьби.
2. Підходи до розуміння конкуренції.
3. Класифікація конкуренції та її форми.
4. Зв'язок конкуренції і монополії.
5. Поняття конкурентного середовища та його складові.
6. Державна політика в сфері регулювання конкуренції.
7. Показання оцінки інтенсивності конкуренції.
8. Діагностика діяльності конкуренції.
9. Сутність та рівні конкурентоспроможності потенціалу підприємства.
10. Методи оцінки конкурентоспроможності потенціалу.
11. Прикладні моделі оцінки конкурентоспроможності.
12. Стратегічний аналіз конкурентоспроможності потенціалу підприємства.
13. Сутність та співвідношення понять «ринкові чинники успіху», «ключові компетенції», «конкурентні переваги».

14. Ознаки та аспекти забезпечення конкурентоспроможності підприємства.
15. Сфери і показники конкурентних переваг підприємства.
16. Заходи посилення конкурентоспроможності підприємства.
17. Ланцюг створення вартості для формування конкурентних переваг.
18. Піраміда конкурентних переваг і конкурентоспроможності.

ПРИКЛАДИ ТИПОВИХ ТЕСТОВИХ ЗАВДАНЬ З НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА»

1. Скільки рівнів економічної системи охоплює конкуренція?
А) один;
В) два;
С) три;
D) чотири.
2. Ідея виділення стратегічних груп конкурентів була запропонована:
А) М. Портером;
В) Г. Азоєвим;
С) А. Томпсоном;
D) Д. Рікардом.
3. Згідно з поведінковим підходом до розуміння конкуренції...:
А) аналізуються структури ринку з метою визначення ступеня свободи продавця та покупця на ринку;
В) боротьба ведеться за гроші покупця, шляхом задоволення його потреб;
С) описується роль, яку конкуренція відіграє в економіці;
D) акцент зміщується із самої боротьби компанії одна з одною на аналіз структури ринку.
4. Як називається форма конкуренції, що виступає наслідком аналогічності товарів, які випускаються:
А) функціональна;
В) предметна;
С) видова;
D) типова.
5. Об'єднання низки підприємств однієї галузі промисловості, учасники якого зберігають власність на засоби виробництва, але втрачають власність на вироблений продукт, – це:
А) синдикат;
В) картель;
С) монополія;
D) трест.

6. Що характерно для функціональної форми конкуренції?

А) Ведеться за різними марками одного й того ж товару, що випускаються різними фірмами.

В) Виникає в ситуації, коли товар, що випускається певним підприємством і поряд з товарами інших фірм, задовольняє конкретну потребу споживача.

С) Виникає між різновидами товару, що в принципі задовольняють одну й ту ж потребу, і при цьому існує хоча б один параметр, за яким вони розрізняються.

Д) немає правильної відповіді.

7. За методами конкурентної боротьби конкуренція існує:

А) цінова та нецінова;

В) добросовісна та недобросовісна;

С) досконала та недосконала;

Д) пряма та непряма.

8. Регулююча функція конкуренції як економічної категорії існує:

А) для утримання в боротьбі;

В) для вищої продуктивності;

С) для створення ліпшої за якістю продукції;

Д) обмежує і контролює економічну потужність кожного підприємства.

9. Об'єкт конкуренції – це:

А) потреби групи споживачів, що формують певний сегмент ринку, обраний підприємствами-суперниками;

В) підприємства-виробники та фірми, що надають послуги ТНК, регіони, регіональні управління, регіони держави;

С) товар або послуга, через які підприємства-суперники намагаються завоювати прихильність та гроші споживача, певне благо, що його втілює у собі товар чи послуга;

Д) споживачі, які конкурують між собою на ринку.

10. За видами конкурентної поведінки виділяють:

А) конкуренцію між продавцями та покупцями;

В) внутрішньогалузеву конкуренцію;

С) пряму конкуренцію;

Д) досконали та чисту конкуренцію.

11. Видова конкуренція виникає:

А) внаслідок аналогічності товарів, що випускаються;

В) між різновидами товару, що в принципі задовольняють одну й ту ж потребу;

С) в ситуації, коли товар, що випускається певним підприємством і поряд з товарами інших фірм, задовольняє конкретну потребу споживача;

Д) за різними марками одного й того ж товару, що випускаються різними фірмами.

12. Результат і умови взаємодії великої кількості суб'єктів ринку, що визначає відповідний рівень економічного суперництва і можливість впливу окремих економічних агентів на загальноринкову ситуацію, – це:

- A) конкуренція;
- B) риночні відносини;
- C) конкурентне становище;
- D) конкурентне середовище.

13. Постачальники впливають на конкурентну боротьбу за допомогою таких засобів:

- A) конкурентних стратегій;
- B) ціни і якості товарів;
- C) величини ринку;
- D) реальних і потенційних конкурентів.

14. Що можна віднести до недоліків методики проведення діагностики за Портером?

- A) дозволяє оцінити стан конкуренції лише у певній галузі;
- B) застосовується у всіх галузях;
- C) оцінює ступінь впливу кожної з конкурентних сил;
- D) визначає характер конкурентної боротьби.

15. Частка ринку може бути розрахована таким способом:

- A) частка ринку за обсягом (відношення кількості проданих виробів до сумарного обсягу продажів на базовому ринку);
- B) частка ринку у кількістному виразі, що визначається на основі виручки;
- C) частка ринку, що розраховується щодо всього базового ринку;
- D) частка ринку, що обслуговується завжди менше, ніж частка ринку в цілому.

16. Скільки систем антимонопольного регулювання сформувалося на сучасному етапі?

- A) 2;
- B) 3;
- C) 4;
- D) 5.

17. Яка система антимонопольного регулювання виходить з принципу заборони?

- A) американська;
- B) європейська;
- C) японська;
- D) немає правильної відповіді.

18. Що не належить до агрегованих факторів, які визначають інтенсивність конкуренції?

- A) характер розподілу ринкових часток між конкурентами;
- B) обсяг виробленої продукції;
- C) темпи зростання ринку;
- D) рентабельність ринку.

19. Середня частка підприємств, що існують на ринку, зважена за натуральним логарифмом зворотній їй величині – це:

- A) коефіцієнт платоспроможності;
- B) коефіцієнт ліквідності;
- C) коефіцієнт корисної дії;
- D) показник економічного ефекту.

20. Комплексна порівняльна характеристика, що відображає рівень переваги сукупності показників оцінки можливостей підприємства, що визначає його успіх на визначеному ринку за визначений проміжок часу щодо аналогічних показників підприємств конкурентів, – це:

- A) конкурентоспроможність потенціалу підприємства;
- B) конкурентоспроможність фінансів підприємства;
- C) конкурентні переваги;
- D) конкурентний статус підприємства.

21. Виготовляє продукцію не високої, але задовільної якості, однак собівартість його продукції нижча, ніж у підприємства, яке спеціалізується на диференціації товару, – це

- A) лідер в економії витрат;
- B) лідер в диференціації товару;
- C) лідер в фокусуванні;
- D) концентрація на витратах.

22. Теорія конкурентних переваг М. Портера; аналіз конкурентоспроможності фірм Ж.-Ж. Ламбена; SWOT - аналіз – відносять до методів:

- A) критеріальні;
- B) матричні;
- C) експертні;
- D) графічні.

23. В загальному вигляді процес оцінки конкурентоспроможності потенціалу підприємств складається з наступних етапів:

A) визначення мети оцінки конкурентоспроможності (обґрунтування претензій на зовнішні інвестиційні ресурси, виявлення резервів економічного зростання, інші цілі поточного управління);

B) вибір групи підприємств-партнерів з урахуванням можливостей отримання необхідної первинної інформації для цілей оцінки конкурентоспроможності;

С) визначення груп ключових показників монополії, які підлягають оцінюванню (групування доцільно здійснювати за складовими потенціалу підприємства: показники маркетингового потенціалу, виробничого, фінансового, інноваційного, кадрового, організаційної структури управління);

Д) розрахунок одиничних, групових, інтегральних показників конкурентоспроможності для одного підприємства.

24. Маркетинговий потенціал, виходячи з наявної інформації, будуть характеризувати наступні коефіцієнти:

А) коефіцієнт наявних запасів;

В) коефіцієнт співвідношення товарних одиниць;

С) відношення виручки від реалізації до середньої за період вартості;

Д) коефіцієнт монопольності.

25. За сферою застосування виділяють фактори успіху:

А) ринкові;

В) ресурсні;

С) специфічні;

Д) місцеві.

26. За можливостями реалізації виділяють фактори успіху:

А) інструментальні;

В) експертні;

С) специфічні;

Д) місцеві.

27. Існують наступні методи виміру ступеня задоволення споживача:

А) система видалення скарг та пропозицій;

В) опитування про ступінь незадоволення споживачів;

С) покупки – невидимки;

Д) аналіз причин збільшення клієнтів.

28. Що характерно для 2 рівня конкурентоспроможності потенціалу підприємства, що виділяють залежно від фокусування на функції управління?

А) характерна внутрішньо нейтральна організація управління;

В) підприємства прагнуть зробити свої виробничі системи «зовнішньо нейтральними»;

С) успіх у конкурентній боротьбі стає не стільки функцією виробництва, скільки функцією управління;

Д) керівник дбає лише про реалізацію виробничого потенціалу.

29. Яка стратегія фірми передбачає, що підприємство пропонує прості і стандартні товари з малими витратами і низькими цінами:

А) концентрація на витратах;

В) фокусування;

С) лідер в економії витрат;

Д) диференціація товару.

30. Що передбачає стратегія фірми «фокусування»?

А) пропонує широкий вибір високоякісної продукції;

В) виготовляє продукцію не високої, але задовільної якості, однак собівартість їх продукції нижча, ніж у підприємства, яке спеціалізується на диференціації товару;

С) пропонування підприємством на ринок товару, на якому був зроблений акцент, за високою ціною;

Д) підприємство пропонує прості і стандартні товари з малими витратами і низькими цінами.

31. На які групи поділяють методи оцінки конкурентоспроможності потенціалу підприємств за напрямком формування інформаційної бази?

А) критеріальні та експертні;

В) графічні та математичні;

С) одномоментні та стратегічні;

Д) індикаторні та матричні.

32. Які методи оцінки конкурентоспроможності потенціалу підприємств базуються на факторних моделях оцінки?

А) графічні;

В) логістичні;

С) математичні;

Д) експертні.

33. Який перший етап процесу оцінки конкурентоспроможності потенціалу підприємств?

А) вибір групи підприємств-конкурентів;

В) визначення груп ключових показників конкурентоспроможності;

С) визначення мети оцінки конкурентоспроможності;

Д) розрахунок одиничних, групових, інтегральних показників конкурентоспроможності для кожного підприємства.

34. У чому полягає суть методу різниць?

А) у порівнянні об'єкта оцінки з групою підприємств-конкурентів;

В) у прямому визначенні переваг і недоліків підприємств-конкурентів за окремими індикаторами – показниками конкурентоспроможності;

С) у визначенні місця підприємств-конкурентів за кожним ключовим індикатором конкурентоспроможності потенціалу;

Д) у визначенні місця підприємства в конкурентній боротьбі.

35. На які види поділяють ключові фактори успіху за джерелами походження?

А) місцеві та загальні;

В) ринкові та ресурсні;

С) масові та групові;

Д) інструментальні та не інструментальні.

36. Яка ознака не притаманна конкурентоспроможності?

- A) релевантність;
- B) відносність;
- C) динамічність;
- D) стабільність.

37. Що є ключовим значенням виробничого аспекту у забезпеченні конкурентоспроможності підприємства?

- A) номенклатура й асортимент товарів, якість продукції, характер технології;
- B) здійснення науково-дослідних та дослідно-конструкторських робіт;
- C) дослідження й прогнозування ринку, система просування та збуту товару;
- D) тип організаційної структури управління.

38. Що є ключовим значенням фінансового аспекту у забезпеченні конкурентоспроможності підприємства?

- A) ступінь оновлюваності продукції, технології, ступінь використання інформаційних технологій;
- B) кількісний та якісний склад персоналу, тип лідера;
- C) стиль та методи управління, адаптаційні можливості;
- D) ступінь ліквідності, активність, дохідність, платоспроможність підприємства.

39. Які бувають види конкурентних переваг?

- A) середнього та високого порядку;
- B) низького та високого порядку;
- C) середнього та низького порядку;
- D) можливі та не можливі.

40. Що можна віднести до переваг низького порядку?

- A) випуск унікальної продукції;
- B) залучення висококваліфікованих спеціалістів;
- C) використання в процесі виробництва більш дешевої сировини;
- D) застосування прогресивної технології.