

Міністерство освіти і науки України
Харківський національний автомобільно-дорожній університет

Кафедра Економіки і підприємництва

МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ
до самостійної роботи
з дисципліни «Конкурентоспроможність підприємства»
для студентів денної та заочної форм навчання
спеціальностей 051 «Економіка»,
076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»

Харків 2017

Укладач: Кирчата I.M.

ВСТУП

Проблематика конкурентоспроможності підприємства не є принципово новою для науки, оскільки конкуренція завжди була та є складовою економічного буття всіх без винятку країн ринкової економічної системи. Зростаюча актуальність цих проблем в Україні, зумовлюється передусім складністю та неоднозначністю процесів формування в них ринкових економічних відносин і тими зрушеннями, що відбуваються внаслідок інтеграції у світогосподарські процеси.

Практика розвитку сучасного бізнесу доводить, що без конкурентоспроможності неможливо забезпечити успіх підприємства в його боротьбі за виживання, досягнення провідних ринкових позицій та забезпечення довготривалого ефективного функціонування в динамічному конкурентному середовищі. Вказані обставини зумовлюють актуальність і необхідність вивчення студентами дисципліни «Конкурентоспроможність підприємства».

Навчальна дисципліна “Конкурентоспроможність підприємства” належить до циклу дисциплін професійної підготовки магістрів спеціальностей 051 “Економіка”, 076 “Підприємництво, торгівля та біржова діяльність”

Рекомендації охоплюють такі складові навчального процесу: від загальної структури курсу до проведення практичних занять, самостійної роботи, вміщують рекомендації та завдання щодо виконання контрольної роботи. Матеріали допоможуть ефективно організувати опанування курсу та систематизувати набуті знання при підготовці до контрольних заходів з дисципліни.

1. Мета, предмет та завдання навчальної дисципліни

1.1. Метою вивчення навчальної дисципліни є: сформувати у студентів теоретичні знання та практичні навички щодо управління конкурентоспроможністю підприємств у сучасних умовах господарювання.

1.2 Предметом вивчення навчальної дисципліни є: сучасні концепції, методичні підходи до оцінювання конкурентоспроможності підприємств та управління нею.

1.3 Основними завданнями вивчення навчальної дисципліни є: вивчення теорії вітчизняного і світового досвіду оцінювання та управління конкурентоспроможністю підприємств.

1.4 По завершенні вивчення дисципліни студенти повинні:

знати: теорію та практику управління конкурентоспроможністю підприємства;

нормативно-правову базу регулювання конкуренції в Україні, технологію аналізу ринку методом конкурентної діагностики;

теоретичні та практичні аспекти діагностики конкурентної позиції підприємства на ринку,

ключові методи і підходи до формування сильних конкурентних переваг підприємства;

джерела і фактори формування конкурентних переваг;

прикладний інструментарій управління потенціалом підприємства, його конкурентоспроможністю і вартістю;

принципи формування конкурентоспроможності продукції, обґрунтування управлінських, рішень щодо забезпечення конкурентоспроможності підприємства та його структурних підрозділів;

сутність концепції управління конкурентоспроможністю підприємства та специфічні особливості управління нею в організаціях різних типів,

методи оцінювання соціальної конкурентоспроможності підприємства.

уміти:

ідентифікувати всі види конкурентних переваг, якими володіє: підприємство, визначати ті, що мають бути досягнутими в майбутньому для поліпшення його конкурентоспроможності.

використовувати чинники конкурентоспроможності для створення конкурентних переваг підприємства;

виконувати розрахунки, пов'язані з оцінюванням рівня конкуренції в галузі,

визначати масштаби конкурентного галузевого середовища підприємства й оцінювати розстановку сил на ринку;

обґрунтовувати організаційно-технічні рішення щодо підвищення якості продукції і продуктивності виробництва,

економічно обґрунтовувати та конкретизувати функції управління конкурентоспроможністю підприємства.

Міждисциплінарні зв'язки: Потенціал підприємства, Інвестування, Економіка і організація інноваційної діяльності, Маркетинг, Економіка підприємства

1. Зміст дисципліни

Розділ 1. Теоретичні основи конкуренції як категорії.

Тема 1. Сучасні теорії конкуренції. Конкурентоспроможність як основа функціонування та розвитку сучасних економічних систем. Концепції конкурентоспроможності та їх еволюція

Тема 2 . Державне регулювання конкуренції. Функції державного регулювання конкурентоспроможності країни. Роль уряду у формування конкурентоспроможності країни. Особливості регулювання конкуренції в різних країнах. Регулювання конкуренції в Україні. Конкурентне законодавство в Україні. Основні органи реалізації конкурентної політики в країні.

Тема 3. Діагностика конкурентного середовища підприємства. Види конкурентних середовищ. Основні фактори конкурентного середовища підприємства. Ціна і рівновага ринку. Оцінка рівня та інтенсивності конкуренції.

Розділ 2 . Конкурентний потенціал та конкурентні переваги в системі управління конкурентоспроможністю підприємства

Тема 4. Визначення потенціалу конкурентоспроможності підприємства та його складових. Основні класифікаційні групи показників конкурентоспроможності. Методи оцінки рівня конкурентоспроможності товару та підприємства.

Тема 5. Формування конкурентних переваг підприємства. Сутність і види конкурентних переваг. Зовнішні та внутрішні фактори забезпечення конкурентоспроможності підприємства.

Тема 6. Методи забезпечення конкурентних переваг підприємства. Стратегічні можливості діяльності підприємства на світовому ринку. Конкурентні стратегії у сфері масового виробництва. Стратегії цінової конкуренції. Конкурентна стратегія вузької спеціалізації. Конкурентна стратегія диверсифікації.

Тема 7. Технологія забезпечення конкурентних переваг підприємства. Основні принципи досягнення та реалізації конкурентних переваг підприємства.

Розділ 3 .Управління конкурентоспроможністю підприємства та оцінка ефективності заходів щодо підвищення її рівня

Тема 8. Особливості управління конкурентоспроможністю продукції. Визначення споживчої цінності товару для споживача. Потенційна

і реальна конкурентоспроможність. Показник конкурентоспроможності товару.

Тема 9. Управління конкурентоспроможністю підприємства. Суть, об'єкт, суб'єкт, управління конкурентоспроможністю. Процес управління конкурентоспроможністю підприємства (УКСП). Функції УКСП. Управлінські рішення при здійсненні УКСП.

Тема 10. Соціальна відповідальність і конкурентоспроможність підприємства. Соціально відповідальні підприємства. Компетенції як фактор конкурентоспроможності. Імідж організації як фактор конкурентоспроможності

Тема 11. Розроблення і реалізація програм підвищення конкурентоспроможності. Концепція розробки та основні елементи програми підвищення конкурентоспроможності. Зовнішні та внутрішні передумови, що визначають необхідність розробки програм підвищення конкурентоспроможності

Тема 12. Оцінювання ефективності сучасних моделей управління конкурентоспроможністю підприємства. Основні елементи системи управління конкурентоспроможністю підприємства. Формування потенційної та реальної конкурентоспроможності підприємства на світовому ринку.

2. Практикум для самостійного опрацювання

2.1. Практичне заняття 1. Конкуренція і конкурентоспроможність підприємства

2.1.1. Запитання для обговорення

1. Що таке конкуренція і яку роль вона відіграє на ринку?
2. Як змінювалися погляди на конкуренцію та чому її вважають рушійною силою ринку?
3. Які елементи механізму конкурентної боротьби й що допускає розробка стратегії конкуренції на основі прогнозування дій підприємства?
4. Які існують види конкурентоспроможності залежно від рівня й об'єкта аналізу?

2.1.2. Теми рефератів

1. Взаємозв'язок дисципліни «Конкурентоспроможність підприємства» з іншими дисциплінами та науками.
2. Еволюція поглядів на конкуренцію.
3. Конкурентоспроможність як базова детермінанта ефективного функціонування підприємства в ринковому середовищі.
4. Роль конкуренції у розвитку транспортної галузі.

2.2. Практичне заняття 2. Конкурентні переваги підприємства

2.2.1. Запитання для обговорення

1. Які фактори створюють і утримують конкурентні переваги підприємства й чому?
2. Що являє собою теорія конкурентної переваги М. Портера?
3. Яка роль випадкових подій у формуванні умов для конкурентної переваги підприємств тієї або іншої країни?
4. Перелічіть види стратегій по підтримці конкурентної переваги за М. Портером.

2.2.2. Теми рефератів

1. Сфери формування та реалізації конкурентних переваг.
2. Джерела формування конкурентних переваг.
3. Стратегії набуття конкурентної переваги.

4. Вплив державної політики на процес формування конкурентних переваг підприємств транспорту.

2.3. Практичне заняття 3. Аналіз конкурентоспроможності підприємства

2.3.1. Запитання для обговорення

1. Як проводиться аналіз діяльності конкурентів і прогноз положення підприємства в галузі?

2. Що являє собою технологія аналізу ринку методом конкурентної діагностики?

3. Як систематизувати конкурентні переваги за допомогою побудови конкурентної карти ринку?

4. Як здійснювати аналіз ринкової частки конкурентів і виявляти причини й умови виникнення конкурентних переваг у елементах комплексу маркетингу?

2.3.2. Теми рефератів

1. Інновації як фундамент забезпечення конкурентоспроможності підприємства.

2. Методи визначення галузевих ключових чинників успіху.

3. Діагностичне дослідження стану конкурентоспроможності підприємства.

4. Методи прогнозування конкурентоспроможності підприємства.

2.4. Практичне заняття 4. Якість і конкурентоспроможність продукції підприємства

2.4.1. Запитання для обговорення

1. У чому сутність комплексного підходу до підвищення якості й конкурентоспроможності продукції?

2. Які параметри використовуються при оцінюванні конкурентоспроможності продукції?

3. Як здійснюється вибір бази порівняння для оцінювання конкурентоспроможності продукції?

4. Порівняйте критеріальні підходи в різних методах оцінки конкурентоспроможності продукції.

2.4.2. Теми рефератів

1. Якість продукції – основний важіль забезпечення її конкурентоспроможності.
2. Якість як економічна категорія. Якість і конкурентоспроможність: мікро- і макроаспекти.
3. Стандарти на систему управління якістю ISO 9000. Призначення та структура галузевих систем стандартів QS 9000, GMP.
4. Сертифікація систем якості на відповідність стандартам ISO 9000.

2.5. Практичне заняття 5. Конкурентний статус і система забезпечення конкурентоспроможності підприємства.

2.5.1. Запитання для обговорення

1. Що таке конкурентний статус підприємства з погляду І. Ансоффа?
2. Які є принципи кількісної оцінки рівня конкурентного статусу підприємства?
3. Дайте характеристику основним елементам структури системи забезпечення конкурентоспроможності підприємства.
4. Розкрийте зміст зовнішнього середовища системи.

2.5.2. Теми рефератів

1. Закордонний досвід розроблення та реалізації програм підвищення конкурентоспроможності підприємства.
2. Вітчизняний досвід розроблення та реалізації програм підвищення конкурентоспроможності підприємства.
3. Державне регулювання конкурентоспроможності підприємства.
4. Специфічні особливості забезпечення конкурентоспроможності підприємств залізничного транспорту.

3.6. Методичні рекомендації щодо підготовки реферату

Метою підготовки реферату є розширення та поглиблення теоретичних знань і практичних навичок аналітичної роботи з певної теми на основі самостійного узагальнення зібраного матеріалу.

Підготовка реферату включає такі етапи: вибір теми; визначення завдань дослідження та складання плану реферату; підбір літературних джерел і фактичного матеріалу; написання та оформлення реферату.

Реферат має складатися з текстової частини та відповідних графіків, схем, таблиць, формул, статистичних і фактичних даних.

Текст реферату пишеться на одній сторінці аркуша з дотриманням таких вимог: зліва поле шириною 3,5 см, справа – 1 см, зверху і знизу – по 2 см. Усі сторінки роботи нумеруються у правій верхній частині арабськими цифрами. Загальна нумерація починається з титульного аркуша, але порядковий номер на ньому не ставиться. Кожна структурна частина (зміст, вступ, основна частина, список літературних джерел, додатки) починається з нової сторінки.

У текстовій частині й додатках умовні позначки, рисунки, схеми, графіки повинні відповідати діючим стандартам.

У тексті реферату мають міститися посилання на літературні джерела, наведений цифровий матеріал, додатки. При посиланні на літературні джерела у квадратних дужках указують порядковий номер за списком літературних джерел, наприклад [18]. При наведенні в тексті цитат, у кінці них після лапок ставиться порядковий номер літературного джерела і номер сторінки, на якій розміщена цитата, наприклад [12, с. 30].

При використанні в тексті формул обов'язково вказується значення символів.

ТЕМИ РЕФЕРАТІВ

1. Конкуренція і конкурентоспроможність як рушійна сила розвитку народного господарства.

2. Принципи управління та підвищення конкурентоспроможності підприємства

3. Методичні основи оцінювання конкурентоспроможності різних об'єктів.

4. Система забезпечення конкурентоспроможності та її елементи.

5. Основні напрями забезпечення конкурентоспроможності української економіки.

6. Методи визначення рівня монополізму на ринках промислової продукції.

7. Заходи щодо підвищення ефективності економіки України в умовах глобалізації.

8. Аспекти податкової гармонізації на Єдиному ринку Європейського Союзу.

9. Еволюційний розвиток світової економіки та інтеграція України в ЄС.

10. Проблеми інтернаціоналізації та глобалізації економіки.

11. Трансформаційні процеси в економіці: переваги та недоліки

12. Шляхи забезпечення конкурентоспроможності підприємств.

13. Розвиток малого підприємництва в Україні в умовах глобалізації господарювання.

14. Особливості світогосподарських процесів та місце України в них .
15. Тенденції на світовому ринку ресурсів та їх вплив на інвестиційну діяльність в Україні.
16. Особливості моделі сучасного економічного розвитку України.
17. Управління морськими портами України в умовах глобалізації.
18. Проблеми монополізованості промисловості.
19. Україна як транзитна держава: переваги та недоліки.
20. Вплив глобалізації на розвиток країн з перехідною економікою.
21. Глобалізація і проблеми безпеки соціально-економічного розвитку.
22. Шляхи та заходи підвищення конкурентоспроможності країн з перехідною економікою.
23. Глобальна економічна система.
24. Проблеми забезпечення ефективності та конкурентоспроможності глобальних компаній.
25. Україна та глобалізація: тенденції та перспективи.
26. Перспективи зв'язків "Схід—Захід" у ХХІ ст.
27. Партнерські зв'язки України з Європейським Союзом: інтереси та потенціал розвитку.
28. Економічна роль держави в умовах глобалізації та інтернаціоналізації.
29. Сучасні тенденції на світовому ринку руху капіталів.
30. Вплив глобалізації на формування та поділ ринків праці.
31. Інноваційні чинники міжнародної конкурентоспроможності, як перспектива економічного розвитку.

ТЕСТИ ДЛЯ КОНТРОЛЮ ЗНАНЬ

1. Конкуренція є головним регулятором економіки з таких причин:
 - а) фірми дотримуються різних стратегій не ізольовано; +
 - б) при конкурентній війні фірми взаємодіють між собою, складаючи єдину систему або співтовариство; +
 - в) у конкурентній війні фірми не ослабляють, а підсилюють свої конкурентні позиції; +
 - г) конкуренція сприяє реалізації досягнень НРТ; +
 - д) конкуренція провокує застійні процеси у економіці.
2. Наявність конкуренції на ринку:
 - а) вносить більше негативних наслідків;
 - б) вносить більше позитивних наслідків; +
 - в) є більшим злом у порівнянні з монополією;
 - г) сприяє зловживанням фірм своїм становищем на ринку;
 - д) є визначальною умовою підтриманню динамізму економіки. +
3. Предметом конкуренції є:
 - а) покупець чи споживач;
 - б) задоволення потреб через товар чи послугу;

- в) конкуруючі підприємства;
- г) конкуруючі товари.

4. Об'єктом конкуренції є:

- а) конкуруючі підприємства;
- б) товар чи послуга;
- в) покупець чи споживач;
- г) конкуруючі товари.

5. Еволюція конкуренції йшла від:

- а) нецінової до цінової;+
- б) цінової до нецінової;
- в) від ринку покупця до ринку продавця;
- г) сильнішої до слабшої;
- д) глобальної до національної.

6. До основних функцій конкуренції відносять:

- а) регулююча;+
- б) стимулююча;+
- в) розподільча;+
- г) нормативна.

7. Типові риси олігополістичної конкуренції:

- а) на ринку діють кілька великих фірм; +
- б) на ринку діє безліч фірм;
- в) межі коливання цін узгоджуються конкурентами; +
- г) на ринку спостерігається переважно цінова конкуренція. +
- д) на ринку високі вхідні бар'єри для великих фірм;

8. Для отримання переваг на олігополістичному ринку застосовуються

такі заходи:

а) здійснення суворого контролю цін конкурентів і миттєва відповідь на цінові зміни; +

б) створення таємничих об'єднань з питань цінової політики; +

в) здійснення спеціалізації виробництва;

г) нецінову конкуренцію за рахунок активної реклами та успішного

просування товару на ринок; +

д) активізація дій на регіональному ринку.

9. Конкуренція та конкуренти належать до чинників:

а) непрямой дії зовнішнього середовища;

б) прямої дії зовнішнього середовища; +

в) не є чинниками безпосереднього впливу;

10. Мінімальним вплив продавців на ціни, конкуренцію є при:

а) монополістичній конкуренції;

б) чистій конкуренції;+

в) олігополії;

г) монополії;

д) олігопсонії.

11. Найбільша кількість конкуруючих підприємств на ринку при:

- а) поліпсонії;
- б) олігопсонії;
- в) монополістичній конкуренції;
- г) досконалій конкуренції. +

12. На ринку чистої монополії монополіст діє з урахуванням таких пріоритетів маркетингу:

- а) здійснює концентрацію товару на обмеженій території.
- б) конкуренція з новаціями суміжних галузей; +
- в) протидія товарам - замінникам; +
- г) створення таємних об'єднань;
- д) підвищення вхідних бар'єрів в галузь; +

13. Основна ознака міжнародної конкуренції:

- а) великий розмір підприємств-конкурентів;
- б) використання різних методів конкуренції; +
- в) трансграничний характер конкуренції. +

14. Основними прийомами цінової конкуренції є:

- а) ціновий прорив; +
- б) маневрування цін; +
- в) подвійне використання часу.

15. Частка ринку може бути розрахована наступними способами:

- а) за об'ємом; +
- б) в порівнянні з лідером; +
- в) в порівнянні з самим слабким конкурентом;
- г) у вартісному виразі +

16. Конкурентоспроможність є характеристикою:

- а) відносною; +
- а) абсолютною;
- в) змінюється в залежності від типу ринку (внутрішній чи зовнішній).

17. З яким із тверджень Ви згодні?:

- а) конкурентоспроможність товарів та підприємств має взаємний вплив;
- б) конкурентоспроможність товару обумовлює

конкурентоспроможність підприємства; +

в) конкурентоспроможність товару та підприємства не пов'язані між собою.

18. Конкурентоспроможність підприємства залежить від:

- а) достатнього рівня конкурентоспроможності його товару;
- б) наявності конкурентних переваг; +
- в) конкурентоспроможності країни в якій функціонує підприємство.

19. До внутрішніх факторів формування рівня конкурентоспроможності товару відносять:

- а) споживча цінність товару; +
- б) ступінь задоволення вимог ринку;

- в) відомість торгової марки;+
- г) платоспроможний попит.

20. Конкурентоспроможність експортної продукції характеризують наступні показники:

- а) динаміка експорту ;+
- б) портфель іноземних замовлень;+
- в) кількість конкурентів, які випускають аналогічну продукцію;
- г) стабільність попиту на продукцію.+

21. Система забезпечення конкурентоспроможності товару включає:

- а) антимонопольна політика держави; +
- б) цінова політика;+
- в) зниження вхідних бар'єрів на внутрішній ринок;
- г) регулювання імпорту продукції.

22. Згідно з теорією М.Портера конкурентоспроможність країни визначають:

- а) наявність дешевої робочої сили;+
- б) наявність достатніх запасів корисних копалин;+
- в) наявність кваліфікованих кадрів;
- г) ефективність державного регулювання.+

23. Які основні причини виходу підприємства на міжнародний ринок:

- а) бажання освоїти нові ринки;+
- б) втрата конкурентної переваги на внутрішньому ринку;
- в) бажання отримати доступ до природних ресурсів інших країн;
- г) необхідність скорочення витрат виробництва.+

24. Диференціальний метод оцінки конкурентоспроможності заснований на:

а) застосуванні комплексу показників або зіставленні питомих корисних ефектів;

б) застосуванні одиничних параметрів аналізованої продукції і зразка, а також їх зіставленні; +

в) застосуванні одиничних і інтегральних показників.

25. До джерел конкурентних переваг підприємства слід віднести:

- а) масштаб присутності на цільових ринках;+
- б) повне обмеження дій конкурентів;+
- в)ємність внутрішнього ринку.

26. До загальноекономічних чинників міжнародної конкурентоспроможності відносять:

- а) технологічний протекціонізм;
- б) кон'юнктура світових ринків;+
- в) політика іноземних країн.

27. Під „вхідними бар'єрами” розуміють:

- а) ресурс наукових знань;
- б) втрати пов'язані з освоєнням ринку; +

в) інфраструктура.

28. Фактори конкурентоспроможності „низького рангу” включають:

- а) репутація підприємства;
- б) дешева робоча сила та сировина;+
- в) високі технології.

29. До міжнародних чинників конкурентоспроможності підприємства відносять:

- а) нормативні;
- б) науково-технологічні;+
- в) інституційні;+
- г) комерційні.

30. До чинників операційної діяльності відносять:

- а) інвестиційний менеджмент;
- б) міжнародний маркетинг;+
- в) виробничий менеджмент;+
- г) інноваційний менеджмент.

31. До основних форм придбання результатів інтелектуальної діяльності відносять:

- а) ліцензування;+
- б) франчайзинг;
- в) прямі інвестиції;+
- г) злиття підприємств. +

32. Головними рушійними силами активізації участі підприємств в міжнародному бізнесі відносять:

- а) дефіцит національних природних ресурсів;+
- б) використання іноземного капіталу;+
- в) дефіцит робочої сили в країні;
- г) послаблення конкуренції на вітчизняному ринку.

33. Глобалізація фінансових ринків призводить до:

- а) скорочення джерел фінансування;
- б) ускладнення ситуації вибору кредитора або інвестора;+
- в) стимулювання інвесторів до фінансових перспектив конкретного підприємства;+
- г) скорочення числа претендентів на фінансові ресурси.

34. Нарощування вартості підприємства вимагає від керівництва:

- а) вдосконалення організаційної структури;+
- б) постійний перегляд й уточнення стратегій;+
- в) підтримка кваліфікації співробітників на незмінному рівні;
- г) відмова від нововведень.

35. Глобальний менеджмент припускає:

- а) функціонування підприємства тільки на ринках сусідніх країн;
- б) функціонування підприємства як території власної країни так і на світовому ринку;+

в) функціонування підприємства тільки в межах своєї країни.

36. Стратегія конкуренції спрямована на:

- а) забезпечення переваг на поточний момент часу;
- б) забезпечення переваг на поточний момент та на перспективу;+
- в) виробництво масової продукції.

37. Особливості міжнародного бізнесу характеризують наступні його

рис:

- а) інтернаціоналізація бізнесу;+
- б) глобалізація бізнесу;+
- в) автоматизація виробництва;
- г) реструктуризація підприємств.

38. Глобалізація бізнесу характеризується наступними особливостями:

- а) скорочення темпів інвестування;
- б) зростаючі темпи залучення прямих інвестицій;+
- в) спрощення системи постачання;
- г) створення стратегічних союзів;+
- д) ускладнення системи постачання. +

39. Технологічна глобалізація в сучасних умовах дозволяє:

- а) обмін інформацією в режимі реального часу;+
- б) удосконалення електронних технологій;+
- в) скорочення телекомунікаційних мереж зв'язку.

40. Показниками ефективного формування міжнародної діяльності

підприємства є:

- а) зростання інтеграції національних ринків;+
- б) впровадження патентоспроможних виробів та технологій;+
- в) мінімізація витрат на виробництво;+
- г) скорочення прямого експорту.

41. Джерелами глобальних конкурентних переваг підприємства

виступають:

- а) мінімізація витрат підприємства;+
- б) економія на масштабах виробництва;+
- в) скорочення мобільності виробництва;
- г) товарна диверсифікація. +

42. Система стратегічних конкурентних цілей, повинна бути

сфокусована на:

- а) скорочення частки ринку;
- б) підвищення якості продукції;+
- в) скорочення номенклатури продукції;
- г) підвищення конкурентоспроможності на міжнародних ринках. +

43. Метою SWOT- аналізу є:

- а) визначення сегментів споживачів;
- б) оцінка сильних та слабких сторін діяльності підприємства та основних конкурентів;+

- в) виявлення можливостей та погроз;+
- г) визначення можливостей і засобів досягнення поставлених цілей.

44. Портфельний аналіз бізнесу це:

- а) визначення можливостей і засобів досягнення поставлених цілей;
- б) визначення сегментів споживачів;
- в) інструмент оцінки бізнесу щодо привабливості ринку та міцності позиції підприємства на ньому;+
- г) метод аналізу, в якому визначення майбутнього спирається на накопичений досвід та поточні припущення стосовно майбутнього.

45. До стратегій міжнародної конкуренції за М. Портер відносяться:

- а) глобальна конкуренція в широкому асортименті товарів;+
- б) віолентна стратегія;
- в) стратегія диверсифікації;
- г) глобальне зосередження на конкретному сегменті галузі. +

46. Розробляючи стратегію міжнародної діяльності, фірма враховувати:

- а) стан попиту і пропозиції на найважливіших ринках; +
- б) реальну і потенційну місткість ринків;+
- в) політичну обстановку в країні-партнер;+
- г) внутрішньоекономічну конкурентну політику держави.

47. Митний тариф це:

- а) систематизований перелік мит, які встановлює уряд для деяких товарів;+
- б) систематизований перелік мит, які встановлює уряд для всіх товарів, що вивозяться з неї;
- в) це податок, що отримує держава за провезення через межу країни товарів, майна, цінностей.

48. Митний збір

- а) систематизований перелік мит, які встановлює уряд для деяких товарів;
- б) систематизований перелік мит, які встановлює уряд для всіх товарів, що вивозяться з неї;
- в) це податок, що отримує держава за провезення через межу країни товарів, майна, цінностей. +

49. Ліцензування це:

- а) це податок, що отримує держава за провезення через межу країни товарів, майна, цінностей;
- б) дозвіл вільного ввезення або вивозу без наявності ліцензії;
- в) обмеження експорту і імпорту товарів певною кількістю або сумою.
- г) немає вірної відповіді.

50. Квотування це:

- а) це податок, що отримує держава за провезення через межу країни товарів, майна, цінностей;

- б) систематизований перелік мит, які встановлює уряд для деяких товарів;
- в) обмеження кількості експорту або імпорту товарів певного найменування.+

ПЕРЕЛІК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Конституція України.- К. : ВД «Ін Юре». - 2006. - 144 с.
2. Юданов А. Ю. Конкуренция: теория и практика.- М. : ГНОМ и Д, 2001,- 304 с.
3. Фатхутдинов Р. А. Конкурентоспособность организации в условиях кризиса: экономика, маркетинг, менеджмент. - М. : «Книготорговый центр «Маркетинг», 2002.- 892 с.
4. Хамел Г., Прохалад К. Конкурируя за будущее. - М.: Олимп-Бизнес. - 2002.- 216 с.
5. Розвиток секторів і товарних ринків України : НАН України, Інститут економічного прогнозування / За ред. проф. В. О. Точиліна. - Ужгород : ІВА, 2001.- 400 с.
6. Антонюк Л. Л. Міжнародна конкурентоспроможність країн: теорія та механізм реалізації. Монографія .- К. : КНЕУ, 2004.- 275 с.
7. Пилипенко И. В. Конкурентоспособность стран и регионов в мировом хозяйстве : теория, опыт малых стран Западной и Северной Европы. - Смоленск: Ойкумена. - 2005.- 496 с.
8. Конкурентоспроможність: країна, регіон, підприємство / Рада конкурентоспроможності України; За ред. Ю. В. Полунєєва.- К.: ЛАТ&К, 2006.- 176 с.
9. Азоев Г. Л. Конкурентные преимущества фирмы / Г. Л. Азоев, А. Л. Челенков.- М. : ОАО «Типография «Новости», 2000.- 256 с.
10. Конкурентоспроможність національної економіки / За ред. д-ра екон. наук Б. Є. Кваснюка.- К.: Фенікс, 2005.- 582 с.
11. Шнипко О. С. Національна конкурентоспроможність: сутність, проблеми, механізми реалізації.- К. : Наук, думка, 2003.- 324 с.
12. Базилюк Я. Б. Конкурентоспроможність національної економіки: сутність та умови забезпечення. Монографія. - К. : НІСД, 2002. - 132 с.
13. Михайлов О. В. Основы мировой конкурентоспособности,- М.: Познавательная книга плюс, 1999.- 529 с.
14. Качалина А. Н. Конкурентоспособный менеджмент.- М.: «Книготорговый центр «Маркетинг», 2002. - 398 с.
15. Лифиц И. М. Теория и практика оценки конкурентоспособности товаров и услуг.- М.: Юрайт-М, 2001.- 224 с.
16. Фатхутдинов Р. А. Стратегический маркетинг : Учеб.- М. : Интел-Синтез, 2000.- 640 с.
17. Немцов В. Д., Довгань Л. Е. Стратегічний менеджмент: Навч. посіб.- К. : ТОВ «УВПК«ЕксО5», 2002.- 560 с.
18. Калюжнова Н. Я. Конкурентоспособность регионов в условиях глобализации.- М. : ТЕИС, 2003.- 526 с.
19. Шерер Ф. М., Росс Д. Структура отраслевых рынков: Пер. с англ.- М. : ИНФРА-М., 1997. - VI, 698 с.
20. Лапин Е. В. Оценка экономического потенциала предприятия : Монография. - Сумы: ИТД «Университетская книга», 2004.- 360 с.

