

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ, МОЛОДІ ТА СПОРТУ УКРАЇНИ

ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ АВТОМОБІЛЬНО-ДОРОЖНІЙ  
УНІВЕРСИТЕТ

**ПАКЕТ ТЕСТІВ  
ДЛЯ КОНТРОЛЮ ЗНАНЬ  
з дисципліни  
Конкурентоспроможність підприємства**

**підготовки**

**магістр**

(назва освітньо-кваліфікаційного рівня)

**галузі знань**

**05 «Соціальні та поведінкові науки»**

**07 «Управління та адміністрування»**

(шифр і назва галузі знань)

**спеціальності**

**051 «Економіка»**

**076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльності»**

(шифр і назва напрямку підготовки)

Харків 2018

## ТЕСТИ ДЛЯ КОНТРОЛЮ ЗНАНЬ

**Частина 1.** Умови виконання завдання: Виберіть правильну відповідь:

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 НПТ; +
- 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 загальноєкономічних 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) прями 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 риси:

- 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.+



**Частина 2. Умови виконання завдання: Чи згодні ви з таким твердженням?**

1.	Поведінкове трактування - це розуміння конкуренції як боротьби за гроші споживачів шляхом задоволення їх потреб	ТАК НІ
2.	Повільний темп розвитку ринку спрощує проникнення на ринок	ТАК НІ
3.	Хід конкуренції передбачений, коли стратегії, ресурси, організаційні особливості, місії фірм розрізняються значною мірою і відкриті більшості	ТАК НІ
4.	Підприємства постійно повинні стежити за змінами цін конкурентів і реагувати так, щоб перешкодити конкуренту збільшити частку ринку	ТАК НІ
5.	Функціональна конкуренція — це конкуренція між товарами однієї асортиментної групи, між аналогічними об'єктами, що задовольняють ту саму потребу	ТАК НІ
6.	Конкуренція посилюється із зменшенням кількості фірм, що змагаються	ТАК НІ
7.	Конкуренція посилюється, коли одна або декілька фірм задоволені своєю часткою ринку та не планують її розширювати	ТАК НІ
8.	Міжнародна конкурентоспроможність підприємства проявляється у досягненні конкурентних переваг у міжнародному суперництві	ТАК НІ
9.	Функціональне трактування - це суперництво старого з новим	ТАК НІ
10.	олігополія виникає і існує тоді, коли число фірм в галузі і на ринку настільки мало, що кожна, з них здійснюючи які-небудь зміни в своїй ціновій і іншій господарській практиці, змушена брати до уваги реакцію з боку конкурентів, тобто залежить від них	ТАК НІ
11.	Основою конкурентних переваг є унікальні конкурентні активи або особлива ключова компетентність ТАК НІ підприємства у сферах діяльності, важливих для його бізнесу	ТАК НІ
12.	Критерієм адаптації підприємства до ринкових умов господарювання є рівень конкурентоспроможності	ТАК НІ
13.	Предметна конкуренція — конкуренція між товарами (об'єктами) — заміниками.	ТАК НІ
14.	При монополістичній конкуренції в галузі і на ринку існує відносно велике число самостійно господарюючих фірм-виробників	ТАК НІ
15.	При оцінці конкурентоспроможності продукції враховуються не всі властивості, а лише ті, які викликають інтерес іноземного споживача, задовольняючи його потреби	ТАК НІ
16.	Основне положення ресурсної концепції полягає в тому, що підприємство - це сукупність ресурсів	ТАК НІ
17.	Конкуренція зменшується, коли умови господарювання в галузі вимушують фірму знизити ціни або збільшити об'єми продажів	ТАК НІ
18.	Конкуренція посилюється, коли витрати на виході з ринку не	ТАК

	великі, а бар'єри є не високі	НІ
19.	Конкурентні переваги не визначають позицію підприємства переборювати сили конкуренції і притягувати споживачів на ринку, а дозволяють йому	ТАК НІ
20.	Ціновий лідер змінює ціни при невеликих коливаннях попиту і пропозиції та при істотних змінах витрат виробництва у галузі	ТАК НІ
21.	Конкурентне середовище — це результат і умови взаємодії великої кількості суб'єктів ринку, що визначає відповідний рівень економічного суперництва.	ТАК НІ
22.	Антимонопольне законодавство - комплекс законів і урядових актів, спрямованих на зниження конкуренції.	ТАК НІ
23.	Стратегічні фактори успіху мають ринкове походження і безпосередньо сприймаються клієнтом	ТАК НІ
24.	<b>Організаційні</b> конкурентні переваги— це ефективність і результативність діючої системи менеджменту, ефективність управління оборотними засобами, якістю, виробничими, закупівельними та збутовими процесами, дієвість системи мотивування персоналу	ТАК НІ
25.	Внутрішня конкурентна перевага є наслідком більш високої продуктивності, яка забезпечує фірмі більшу рентабельність та більшу стійкість в умовах зниження цін продажів, що нав'язуються ринком чи конкуренцією	ТАК НІ
26.	Ключові компетенції - являють собою сукупність навичок і технологій, яка базується тільки на явних знаннях	ТАК НІ
27.	Фінансова політика стимулювання конкуренції, полягає у регулюванні обсягів та умов надання кредитів, системи оподаткування, динаміки і розмірів доходів суб'єктів ринку.	ТАК НІ
28.	Постачальники впливають на конкурентну боротьбу за допомогою двох засобів: ціни і якості товарів, що постачаються	ТАК НІ
29.	Висока ступінь диференціації продукції є наслідком низького рівня спеціалізації, що полегшує для споживача пошук інших постачальників аналогічної продукції	ТАК НІ
30.	Основними порушеннями антимонопольного законодавства є недобросовісна конкуренція.	ТАК НІ
31.	Чинник конкурентної переваги - це конкретний компонент зовнішнього середовища фірми, за яким вона переважає конкуруючі підприємства	ТАК НІ
32.	Ділова стратегія підприємства відноситься до плану управління поточною діяльністю окремого підрозділу або ключового функціонального напрямку усередині певної сфери діяльності)	ТАК НІ

**Частина 3. Умови виконання завдання: Які показник групи Б відповідають показнику групи А**

1.	Складові операційної діяльності	1.	міжнародний маркетинг, структура поточних витрат, розмір страхових запасів, асортиментна політика, виробничий менеджмент
2.	Складові інвестиційної діяльності	2.	інвестиційний менеджмент, обсяг інвестиційних ресурсів, довжина інвестиційного горизонту, якість обґрунтування інвестиційних проєктів;
3.	Складові інноваційної діяльності	3.	інноваційний менеджмент, витрати НДДКР, якість інноваційних проєктів, швидкість генерації і ринкової реалізації нововведень, рівень їх науково-технологічної новизни
4.	Складові фінансової діяльності	4.	фінансова стратегія підприємства, структура його активів та їх ліквідність, рівень фінансових ризиків, фінансовий менеджмент
5.	Форми конкуренції	5.	Предметна, функціональна
6.	прийомами цінової конкуренції	6.	цінова війна, утримання цін, маневрування цінами, ціновий прорив
7.	ринкові структури конкуренції	7.	досконала конкуренція; недосконала конкуренція; олігополія; монополія.
8.	досконала конкуренція	8.	повна конкуренція
9.	монополістична конкуренція	9.	недосконала конкуренція
10.	функції конкуренції	10.	Регулююча, адаптивна, селективна
11.	Галузь	11.	сукупність підприємств
12.	ринкові чинники успіху	12.	ключові компетенції
13.	корпоративна стратегія	13.	загальний план управління
14.	Ком мутантна стратегія	14.	приспосовна стратегія
15.	експлерентна стратегія	15.	Піонерська стратегія
16.	Чинник	16.	Фактор, рушійна сила
17.	Антимонопольне законодавство	17.	комплекс законів і урядових актів
18.	фактори інтенсивності конкуренції	18.	темпи зростання ринку; рентабельність ринку.
19.	стратегічні фактори успіху	19.	ринкові фактори успіху
20.	Компетенції підприємства	20.	Стратегічний актив
21.	віолентна силова стратегія	21.	Силова стратегія
22.	патієнтна нішова стратегія	22.	нішова стратегія
23.	Ком мутантна стратегія	23.	приспосовна стратегія
24.	Експлерентна стратегія	24.	Піонерська стратегія

25.	Чинник	25.	Фактор, рушійна сила
26.	Антимонопольне законодавство	26.	комплекс законів і урядових актів
27.	фактори інтенсивності конкуренції	27.	темпи зростання ринку: рентабельність ринку
28.	стратегічні фактори успіху	28.	ринкові фактори успіху
29.	Компетенції підприємства	29.	Стратегічний актив
30.	Стратегія забезпечення конкурентоспроможності підприємства	30.	комплексна стратегія підприємства