|  |  |
| --- | --- |
| Державний університет «Житомирська політехніка»  Факультет бізнесу та сфери обслуговування  Кафедра менеджменту і підприємництва  Спеціальність: 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»  Освітній рівень: «магістр» | |
| «ЗАТВЕРДЖУЮ»  Проректор з НПР  \_\_\_\_\_\_\_А.В. Морозов  «\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_2020 р. | Затверджено на засіданні кафедри менеджменту і підприємництва  протокол №\_5\_ від 28 серпня 2020 р.  Завідувач кафедри \_\_\_\_\_\_\_\_\_Т.П. Остапчук  «\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_2020 р. |
| ТЕСТОВІ ЗАВДАННЯ  **УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ СУБ’ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ** | |

|  |  |
| --- | --- |
| №  п/п | Текст завдання |
| 1. | До ознак конкуренції не належить: |
| 2. | Дайте визначення поняття економічної (ринкової) конкуренції: |
| 3. | Оберіть неправильне визначення поняття «конкуренція»: |
| 4. | За яким варіантом трактування суті поняття «конкуренція» розглядається як боротьба за гроші покупця шляхом задоволення його потреб: |
| 5. | Оберіть визначення суті поняття «конкуренція» згідно із Законом України «Про захист економічної конкуренції»: |
| 6. | Потреби споживачів, що формують певний сегмент ринку, обраний підприємствами-суперниками - це: |
| 7. | Оберіть теорію, в якій не враховуються ознаки конкуренції: |
| 8. | Перші найбільш цілісні теоретичні положення про рушійні сили конкуренції були висвітлені у дослідженнях: |
| 9. | У якій теорії конкуренція розглядалась як ідеальний механізм встановлення рівноваги на ринку: |
| 10. | У якій теорії запропоновано вважати, що конкуренція повинна розпочинатись на етапах проектування нових потреб суспільства: |
| 11. | Виберіть правильне твердження: |
| 12. | Виберіть правильний логічний процес появи монополій в умовах ринку: |
| 13. | Монопольна влада полягає у здатності фірми: |
| 14. | Олігополія - стан ринку, при якому на ньому панує: |
| 15. | Оберіть функцію, яка не властива конкуренції: |
| 16. | Оберіть види конкуренції залежно від характеру поведінки продавця: |
| 17. | Оберіть види конкуренції залежно від ступеня інтенсивності: |
| 18. | Оберіть види конкуренції за дотриманням норм законодавства: |
| 19. | Оберіть види конкуренції залежно від застосовуваних дій, за рахунок яких можна обійти конкурентів: |
| 20. | Оберіть відповідь, яка найбільш повно характеризує адаптаційну функцію конкуренції: |
| 21. | Підприємства-виробники та фірми, що надають послуги, транснаціональні компанії, держави, це: |
| 22. | Яка з наведених характеристик висвітлює сутність інноваційної функції конкуренції: |
| 23. | Функція конкуренції, яка проявляється в тому, що в кінцевому підсумку ресурси і вироблені продукти завжди концентруються там, де можуть забезпечити максимальну віддачу, – це функція: |
| 24. | За яким критерієм розрізняють ефективну та неефективну конкуренції: |
| 25. | Які виокремлюють види конкуренції залежно від масштабу: |
| 26. | Важливою передумовою існування монополії є наявність: |
| 27. | Природна монополія - це: |
| 28. | Ринок досконалої конкуренції характеризується: |
| 29. | Фірми, що ведуть виробничу діяльність в декількох країнах, називають: |
| 30. | До якого виду належить конкуренція між окремими підприємцями всередині кожної галузі щодо одержання прибутку: |
| 31. | Конкуренція, що виникає в ситуації, коли товар, що випускається певним підприємством, поряд з товарами інших підприємств задовольняє конкретну потребу споживача, за формою є: |
| 32. | До якого виду конкуренції належить конкуренція «за умовами продажу»: |
| 33. | Який спосіб не належить до законної нецінової конкуренції: |
| 34. | До основних нормативно-правових актів регулювання конкуренції в економіці України не належить: |
| 35. | У якому Законі України визначається відповідальність за певні види та прояви недобросовісної конкуренції: |
| 36. | До типів конкурентних ринків відносяться: |
| 37. | Функція ринку, яка забезпечує встановлення пропорцій в економіці, узгодженість попиту і пропозиції, називається: |
| 38. | Функція ринку, яка стимулює виробництво тих товарів, які необхідні споживачам, тобто заохочує виробників, які найбільш раціонально використовують ресурси виробництва для одержання найкращих результатів роботи, застосовуючи найновіші досягнення науки, техніки, організації, стимулювання праці та управління, називається: |
| 39. | Функція ринку, яка призводить до встановлення ринкових цін на товари, при цьому одні товаровиробники при таких цінах заробляють, а інші – втрачають, тобто відбувається розшарування виробників за рівнем доходів на успішних, процвітаючих та неконкурентоспроможних, близьких до банкрутства, називається: |
| 40. | Функція ринку, яка об’єднує економічну систему завдяки налагодженню вертикальних та горизонтальних зв’язків у галузях та виробництвах, в тому числі зовнішньоекономічних, називається: |
| 41. | Функція ринку, яка полягає в очищенні суспільного виробництва від економічно неспроможних, слабких підприємств, не здатних задовольняти ринкові потреби у певній продукції, називається: |
| 42. | Функція ринку, яка полягає у тому, що в ринковій економіці ціни є індикатором і покажчиком суспільно необхідних витрат на виробництво продукції, її якість, асортимент, обсяги виробництва, називається: |
| 43. | Функція ринку, яка полягає у тому, що за допомогою ринку споживачі «контролюють» виробництво, оскільки саме на ринку виявляється, наскільки потрібні суспільству вироблені товари, називається: |
| 44. | Рівень монополізації ринку можна математично визначити за допомогою: |
| 45. | Головні визначальники фінансового й конкурентного успіху у галузі є: |
| 46. | Конкурентні переваги підприємства передбачають передумови для: |
| 47. | Результат і умови взаємодії великої кількості суб’єктів ринку, що визначає відповідний рівень економічного суперництва і можливість впливу окремих економічних агентів на загально ринкову ситуацію визначають: |
| 48. | Попит на продукцію монопольної фірми: |
| 49. | За видом товару ринки поділяють на: |
| 50. | У чому полягає мета державного регулювання конкуренції: |
| 51. | До причин державного регулювання конкуренції не належить: |
| 52. | До методів державного регулювання конкуренції належать: |
| 53. | Дотримання якого принципу державного регулювання конкуренції забезпечує його ефективність: |
| 54. | Які засоби не використовуються у державному регулюванні конкуренції: |
| 55. | Оберіть відомство, на яке покладається здійснення державної політики у сфері економічної конкуренції: |
| 56. | Яку функцію не виконує Антимонопольний комітет України: |
| 57. | У чому полягає сутність регулятивної функції Антимонопольного комітету України: |
| 58. | Оберіть правильне визначення поняття «конкурентне середовище»: |
| 59. | Оберіть види конкурентного середовища залежно від об’єкта купівлі: |
| 60. | До видів конкурентного середовища залежно від територіальної ознаки не належить: |
| 61. | За якою класифікаційною ознакою виокремлюють конкурентне середовище досконалої конкуренції: |
| 62. | Оберіть правильне визначення поняття «діагностика конкурентного середовища»: |
| 63. | Оберіть форми діагностики конкурентного середовища підприємства: |
| 64. | З якого етапу розпочинається діагностика конкурентного середовища підприємства: |
| 65. | На якому етапі здійснюється характеристика конкурентних сил експертним шляхом на основі моделі п’яти сил М. Портера: |
| 66. | Який показник розраховують за результатами експертного оцінювання конкурентних сил на ринку: |
| 67. | До показників інтенсивності конкуренції та оцінювання монополізації ринку не належить: |
| 68. | У чому полягає сутність коефіцієнта відносної концентрації: |
| 69. | Оберіть показник, який недоцільно використовувати для оцінювання монополізації ринку: |
| 70. | Який етап є завершальним у загальній послідовності діагностики конкурентного середовища підприємства: |
| 71. | З використанням яких показників відбувається побудова конкурентної карти ринку: |
| 72. | Дії уряду спрямовані на підтримку високого рівня зайнятості, регулювання ціни на продукцію створюють: |
| 73. | Автором моделі «п’яти сил конкуренції» є: |
| 74. | Види конкурентних переваг, якими володіє підприємство і поведінка підприємства при їх створенні та охороні розглядають стратегії: |
| 75. | Конкурентні переваги з точки зору стійкості можуть бути: |
| 76. | Конкурентна перевага – це: |
| 77. | До переваг низького порядку відносять: |
| 78. | Які конкурентні переваги складно скопіювати: |
| 79. | До п’яти сил, що визначають конкуренцію в галузі відносять: |
| 80. | Автором теорії "Абсолютних конкурентних переваг" є: |
| 81. | Автором "Теорії порівняльних переваг" є: |
| 82. | За якою класифікаційною ознакою виокремлюють внутрішні та зовнішні конкурентні переваги підприємства: |
| 83. | Які виокремлюють конкурентні переваги підприємства за джерелами створення та стійкістю до копіювання: |
| 84. | Оберіть характеристику, яка належить до найвищого рівня конкурентних переваг підприємства: |
| 85. | Які виокремлюють конкурентні переваги підприємства за місцем формування: |
| 86. | До яких факторів формування конкурентних переваг підприємства належать споживачі, конкуренти, державні органи, фінансово-кредитні установи, постачальники: |
| 87. | Які виокремлюють конкурентні переваги підприємства за сферою прояву: |
| 88. | Які виокремлюють конкурентні переваги підприємства за тривалістю дії: |
| 89. | Оберіть конкуренту перевагу підприємства, яка не є внутрішньою: |
| 90. | Такий ринок, на якому конкурентних переваг небагато, але вони досить значні, тобто фірма, яка володіє конкурентною перевагою, вигідно відрізняється від інших, називають: |
| 91. | Ринок, який дає великі можливості для отримання конкурентних переваг, але це – незначні переваги, які не дають змоги отримати суттєву перевагу над конкурентами, називають: |
| 92. | Ринок, який дає багато можливостей для отримання конкурентних переваг, і ці конкурентні переваги будуть мати велике значення, називається: |
| 93. | Яке з наведених визначень характеризує суть потенціалу конкурентоспроможності підприємства: |
| 94. | Виберіть рівні потенціалу конкурентоспроможності підприємства залежно від глобалізації цілей дослідження: |
| 95. | Загроза появи нових конкурентів на певному ринковому сегменті: |
| 96. | Яке з наведених визначень характеризує суть конкурентної переваги підприємства: |
| 97. | Оберіть визначення, яке найбільш повно висвітлює сутність поняття «конкурентоспроможність підприємства»: |
| 98. | До якої складової конкурентоспроможності підприємства належать такі показники, як оборотність товарних запасів, коефіцієнт стійкості асортименту товарів, середній індекс цін товарів, широта асортиментних позицій: |
| 99. | До якої складової конкурентоспроможності підприємства належать такі показники, як фондозабезпеченість, індекс постійного активу, коефіцієнт абсолютної ліквідності: |
| 100. | До зовнішніх факторів, що впливають на конкурентоспроможність підприємства відносяться: |
| 101. | Внутрішні фактори, що впливають на конкурентоспроможність фірми: |
| 102. | Поняття (зміст і структура) ланцюжка вартості підприємства і стратегічної відповідності ланок ланцюжків вартості в контексті стратегічного менеджменту організацій запровадив (застосував вперше): |
| 103. | Ланцюжок вартості включає: |
| 104. | Співпадіння ланок ланцюжка вартості підприємств (підрозділів) дозволяє їм: |
| 105. | Конкурентоспроможність фірми, яка виражається через п’ятирівневу ієрархію факторів, має назву: |
| 106. | Форма розрахунку з постачальниками, транспортабельність товару, надійність поставки відносяться до: |
| 107. | Яка мета управління конкурентоспроможністю підприємства: |
| 108. | Яким є об’єкт управління конкурентоспроможністю підприємства: |
| 109. | Завдяки якій функції забезпечується використання мотиваційних (як економічних, так і психологічних) регуляторів активності суб’єктів управління конкурентоспроможністю підприємства: |
| 110. | Основними об'єктами управління конкурентоспроможністю продукції є: |
| 111. | Конкуруючі підприємства - це: |
| 112. | За яким принципом передбачається генерація альтернативних варіантів розвитку подій при системі управління конкурентоспроможністю підприємства: |
| 113. | До аспектів конкурентоспроможності підприємства відносять: |
| 114. | Критерій конкурентоспроможності, який проявляється виключно через порівняння характеристик даного підприємства з характеристиками інших, що діють на тому ж ринку називається: |
| 115. | До методів конкурентної боротьби відносяться: |
| 116. | Конкурентоспроможність товару - це: |
| 117. | Максимальна ціна, яку покупець вважає для себе вигідним заплатити за даний товар - це: |
| 118. | Який метод ведення конкурентної боротьби полягає в тому, що конкуруючі фірми намагаються залучити споживача за допомогою підвищення споживчої цінності товару: |
| 119. | Оберіть визначення, яке не характерне для поняття «конкурентоспроможність продукції»: |
| 120. | Діяльність щодо встановлення у нормативних документах певних вимог (норм, правил та характеристик) з метою гарантування безпеки продукції для навколишнього середовища, це: |
| 121. | Параметри продукції, що характеризують її з точки зору відповідності властивостям людського організму при виконанні трудових операцій або споживанні, це: |
| 122. | Параметри продукції, що характеризують прогресивність технічних рівень при використанні, розробці та виготовленні продукції, це: |
| 123. | Параметри продукції, що характеризують основні проектно-конструкторські рішення, це: |
| 124. | Сукупність властивостей і характеристик продукції, які обумовлюють її здатність задовольняти встановлені або передбачувані потреби, називають: |
| 125. | Оберіть мету сертифікації продукції: |
| 126. | Ціна реалізації продукції є критерієм визначення: |
| 127. | Якість продукції – це: |
| 128. | Ціна реалізації продукції є критерієм визначення: |
| 129. | Одним з основних принципів досягнення високого рівня конкурентоспроможності підприємства є: |
| 130. | До чинників конкурентоспроможності продукції можна віднести: |
| 131. | До чинників, які впливають на рівень конкурентоспроможності продукції, відносять: |
| 132. | Максимальна ціна, яку покупець вважає для себе вигідним заплатити за даний товар - це: |
| 133. | Поняття «рейтинг товару» означає: |
| 134. | До групи технічних параметрів, використовуваних для оцінки конкурентоспроможності, зазвичай відносять: |
| 135. | Позитивна асоціація, що виникає у людини в зв'язку з побаченим, почутим, прочитаним найменуванням продукту, марки, підприємства називається: |
| 136. | Можливість успішного продажу товару на певному ринку у встановлений проміжок часу, це: |
| 137. | Підтвердженням відповідності продукції встановленім вимогам є: |
| 138. | Товар, що перетворює мрію в реальність називається: |
| 139. | Створення нової продукції - це головна складова: |
| 140. | Технічна естетика і ергономіка досліджують: |
| 141. | До сировини і природного палива не застосовуються такі показники якості товарів: |
| 142. | Показники, що характеризують відповідність виробів типовим розмірам і формі людського тіла і його окремих частин, називаються: |
| 143. | Проміжок часу, в якому вироби зберігають спроможність виконання ними заданих функцій, у межах допустимих відхилень в умовах належного їх технічного обслуговування та ремонтування: |
| 144. | Показники, що характеризують властивості виробів, які полягають у здатності до попередження та знаходження причин відмов у роботі та пошкоджень, а також - в усуненні їх наслідків за допомогою належного технічного обслуговування та ремонтування, це показники: |
| 145. | Показники, що характеризують рівень безпеки для людей та близьких до виробу об'єктів під час його використання, транспортування чи зберігання, це показники: |
| 146. | Показники виробів, які характеризують їх здатність зберігати задані властивості під час дії на них зовнішніх чинників, це показники: |
| 147. | При оцінці конкурентоспроможності продукції по системі 1111-5555 використовується: |
| 148. | В залежності від кількості властивостей показники якості продукції бувають: |
| 149. | Якщо інтегральний показник конкурентоспроможності продукції менше 1, то товар, що оцінюється, є більш конкурентоспроможним, ніж товар конкурента: |
| 150. | До оцінки конкурентоспроможності товару не відносяться наступні етапи: |
| 151. | До суб'єктів оцінювання рівня конкурентоспроможності продукції відносять: |
| 152. | Для визначення рівня конкурентоспроможності продукції найчастіше використовують метод: |
| 153. | Вибір суб’єктом методу оцінки конкурентоспроможності продукції обумовлюється: |
| 154. | Як можна назвати товар в матриці БКГ, що знаходиться на етапі зростання: |
| 155. | Фінансування (інвестиції) в які товари має найбільший рівень ризику: |
| 156. | Оцінка конкурентоспроможності товару по системі 1111-5555 передбачає аналіз факторів: |
| 157. | В залежності від стадії визначення значень розрізняють такі показники якості продукції: |
| 158. | Методи знаходження значень показників якості продукції за способами одержання інформації поділяються на: |
| 159. | Науку, яка вивчає якість продукції та вимірювання якості називають: |
| 160. | Реально досягнута сукупність значень показників якості продукції, що прийнята для порівняння називається: |
| 161. | Метод оцінки рівня якості продукції, оснований на використанні узагальненого показника якості продукції називається: |
| 162. | Встановлення міри відповідності вимогам нормативно-технічної документації фактичних значень показників якості продукції до початку її експлуатації або споживання називають: |
| 163. | Які показники характеризують системи «людина-виріб», «людина-робоче місце», «людина-машина» і враховують комплекс гігієнічних, антропометричних, фізіологічних і психологічних властивостей людини: |
| 164. | Кількісна характеристика однієї властивості продукції, що характеризує її якість, яку розглядають стосовно визначених умов її створення або споживання – це: |
| 165. | Методи вимірювання, за яких чутливий елемент приладу не приводиться в контакт з об'єктом вимірювань це: |
| 166. | Базою для порівняння при оцінці рівня конкурентоспроможності підприємства можуть бути підприємства, які: |
| 167. | Яка класифікаційна група методів базується на факторних моделях оцінювання потенціалу конкурентоспроможності підприємства, що полягають у розрахунку інтегрального показника: |
| 168. | Який з етапів оцінювання конкурентоспроможності підприємства є першим: |
| 169. | Які виокремлюють структурні позиції підприємств у моделі Бостонської консалтингової групи (BKG): |
| 170. | До матричних методів оцінки конкурентоспроможності підприємства відносять: |
| 171. | SWOT - аналіз потенціалу конкурентоспроможності підприємства націлений на: |
| 172. | Дає можливість провести спільне вивчення зовнішнього і внутрішнього середовища шляхом групування факторів середовища на зовнішні і внутрішні та їх оцінки з позиції визначення позитивного чи негативного впливу на діяльність підприємства: |
| 173. | Від перших букв англійських слів strength – сила, weak – слабкість, opportunity – можливість, threat – загроза походить назва методу: |
| 174. | В основі методу SWOT - аналізу лежить: |
| 175. | Ідея SWOT-аналізу полягає в наступному: |
| 176. | До складу факторів, що характеризують сильні і слабкі сторони підприємства, не належить: |
| 177. | Полягає у визначенні, за допомогою матриці, співвідношення «зростання ринку (попиту)» і «відносної частки на ринку» та використовується для співставлення стратегічних зон господарювання метод: |
| 178. | Розвиток і узагальнення матриці BCG являє собою метод: |
| 179. | Ідентифікувати і оцінити міру впливу, а також визначити силу взаємодії різноманітних факторів зовнішнього оточення і внутрішнього середовища фірми з метою встановлення стратегічної позиції фірми і вироблення напряму її стратегії дозволяє метод: |
| 180. | Які фактори враховуються у PEST-аналізі: |
| 181. | До матричних методів оцінки конкурентоспроможності підприємства не відносять: |
| 182. | На конкурентоспроможність підприємства рівень розвитку національної економіки: |
| 183. | Як індикатор конкурентоспроможності підприємства використовують показник: |
| 184. | Для комплексного аналізу середовища підприємства використовують: |
| 185. | На основі матричного аналізу за допомогою одного з наступних методів: методу Бостонської консалтингової групи (BCG); методу МакКінсі або Шелл; методу консалтингового підприємства «Артур Д. Літтл» (ADL) здійснюється: |
| 186. | Питома вага фірм-челенджерів (за Ф. Котлером) в загальній ємності певного ринку становить: |
| 187. | Конкурентну позицію підприємства можна розглядати: |
| 188. | Які виокремлюють структурні позиції підприємств у моделі Бостонської консалтингової групи (BCG): |
| 189. | За якими критеріями формується система координат моделі «Дженерал Електрік Мак-Кінсі»: |
| 190. | Оберіть характерні ознаки моделі Бостонської консалтингової групи (BCG): |
| 191. | Які недоліки характерні для моделі Бостонської консалтингової групи (BCG): |
| 192. | Метод бенчмаркінгу базується на: |
| 193. | На основі яких критеріїв формується матриця взаємодії стратегічних напрямів діяльності підприємства за моделлю ADL/LC: |
| 194. | Які елементи не є обов’язковими при складанні структурної схеми конкурентної стратегії підприємства: |
| 195. | Конкурентні стратегії - це стратегії: |
| 196. | В умовах посилення конкуренції й загострення проблем реалізації товарів безпосередній контакт із споживачем є обов’язковим чинником підтримки: |
| 197. | Стратегія, що використовується для підприємств із великою можливістю освоєння нових ринків, але рівень специфічних виробничих знань і технологій для самостійного існування яких досить великий, що затрудняє зміну асортиментів продукції, відповідно до виробничого процесу, це: |
| 198. | Розгорнуту характеристику традиційних універсальних загально-конкурентних стратегій дав у 1980 році вчений-економіст М.Портер у праці: |
| 199. | Підрозділ підприємства, який володіє значним статусом самостійності: самостійно планує свою діяльність, розробляє власну конкурентну стратегію, має визначений сегмент ринку, відповідає за розробку стратегічних позицій підприємства у ньому, тобто має власні можливості майбутнього зростання виробництва і рентабельності, має своїх конкурентів, свого керівника, який персонально відповідає за результати діяльності – це: |
| 200. | Сегментація ринку - це: |
| 201. | Підрозділ підприємства, що діє в одній або декількох стратегічних зонах господарювання, тобто випускає однотипну продукцію і може розробляти власну конкурентну стратегію – це: |
| 202. | Скорочення втрат на виробництві призводить до: |
| 203. | Стратегія нішера – це стратегія фірми, яка: |
| 204. | Стратегія очікування: |
| 205. | Батьківщина бенчмаркінгу – це: |
| 206. | Хто розділив конкурентні стратегії фірми на стратегію цінового лідерства, стратегію диференціації і стратегію концентрації: |
| 207. | Хто використовує стратегію адаптації: |
| 208. | Фундаментальна ринкова ніша - це: |
| 209. | Стратегія конкурентної боротьби, яка полягає у випуску обмеженої кількості вузькоспеціалізованої продукції високої якості: |
| 210. | Конкурентна стратегія, орієнтована на радикальні нововведення - це: |
| 211. | Фірми-віоленти, що відрізняються особливо великими розмірами; середнім по темпу, але дуже стійким зростанням; широкої диверсифікованістю і наявністю мережі зарубіжних філій - це: |
| 212. | Фактори, що характеризують віолентну стратегію конкурентної боротьби: |
| 213. | Диференціація продукту - це: |
| 214. | Ризикові вкладення в діяльність фірм-піонерів (експлерент) заради отримання надвисокої прибутку називають: |
| 215. | Якщо темпи зростання ніші і нішера зменшуються, то застосовується: |
| 216. | Які варіанти поведінки не відповідають фірмам-комутантам: |
| 217. | Який тип фірми грає вирішальну роль на першому етапі науково-технічного прогресу (винахід і впровадження нововведення): |
| 218. | Оберіть визначення, яке найбільш повно характеризує сутність поняття «програма підвищення конкурентоспроможності підприємства»: |
| 219. | Основними об’єктами управління конкурентоспроможністю є: |
| 220. | Оберіть визначення, яке найбільш повно характеризує сутність поняття «управління програмою підвищення конкурентоспроможності підприємства»: |
| 221. | Які організаційні форми не можуть бути впроваджені підприємством для підвищення конкурентоспроможності: |
| 222. | Оберіть способи підвищення конкурентоспроможності підприємства у стратегічному періоді: |
| 223. | Завдяки яким економічним зовнішнім передумовам розпочинається розробка програми підвищення конкурентоспроможності підприємства: |
| 224. | Завдяки яким фінансовим внутрішнім передумовам розпочинається розробка програми підвищення конкурентоспроможності підприємства: |
| 225. | Який з етапів є завершальним у розробці програми підвищення конкурентоспроможності підприємства: |
| 226. | Які фактори не слід враховувати при розробленні і впровадженні програми підвищення якості продукції підприємства: |
| 227. | Оберіть типові стратегії досягнення конкурентних переваг під час реалізації програми підвищення конкурентоспроможності підприємства: |
| 228. | Які моделі не використовуються у системі управління конкурентоспроможністю підприємства: |
| 229. | Які переваги властиві інформаційно-методичним моделям управління конкурентоспроможністю підприємства: |
| 230. | Аутсорсінг – це: |
| 231. | Стандарти серії 9000 та 14000 розроблені: |
| 232. | Ким, або в якому документі було сформульоване таке визначення: «Якість - ступінь, для якого сукупність відмітних властивостей задовольняє сформульовані потреби або очікування, загальнозрозумілі або обов'язкові»: |
| 233. | Який із прийнятих ДСТУ ІSО описує основні положення системи управління якістю і визначає термінологію, ідентифікує поняття у сфері управління якістю: |
| 234. | Оберіть визначення, яке найбільш повно висвітлює сутність поняття «управління конкурентоспроможністю продукції»: |
| 235. | В Україні введено методом прямого впровадження і затверджено як національні сімейство стандартів: |
| 236. | Документ, в якому регламентовано конкретні заходи в галузі якості, ресурси і послідовність діяльності стосовно конкретної продукції, проекту чи контракту, - це: |
| 237. | Характеристика середніх витрат, пов'язаних з наявністю дефектів, які виражені в цінових чи умовних одиницях, що приходяться на одиницю продукції називається: |
| 238. | Петля якості охоплює наступну кількість взаємозалежних видів діяльності: |
| 239. | Відносна характеристика якості продукції, що ґрунтується на порівнянні значень показників якості продукції, що оцінюється, з базовими значеннями - це: |
| 240. | В залежності від властивостей показники якості продукції розрізняють: |
| 241. | Які існують види соціальної відповідальності: |
| 242. | Яка відповідальність настає у випадку порушення норм державно-організованого права: |
| 243. | Який вид неправової відповідальності настає у випадку порушення традицій, звичаїв, норм культури та естетичних норм: |
| 244. | Оберіть визначення, яке найбільш повно висвітлює сутність поняття «соціальна відповідальність підприємства»: |
| 245. | Які види відповідальності складають основу піраміди соціальної відповідальності підприємства А. Керролла: |
| 246. | Який вид соціальної відповідальності спонукає підприємство до соціально корисних дій, формування нової якості життєдіяльності членів суспільства через добровільну участь в реалізації соціальних програм: |
| 247. | Оберіть визначення, яке найбільш повно висвітлює сутність поняття «соціальна сприйнятливість»: |
| 248. | Які вигоди отримує підприємство від підвищення рівня соціальної відповідальності у конкурентному середовищі: |
| 249. | Які заходи не слід здійснювати підприємству для взаємного підвищення рівня соціальної відповідальності та конкурентоспроможності: |
| 250. | Завдяки яким інструментам соціальної відповідальності підвищується рівень конкурентоспроможності підприємства: |