|  |  |
| --- | --- |
| №п/п | Текст завдання |
| 1. | Перші найбільш цілісні теоретичні положення про рушійні сили конкурентної боротьби з*'*явилися |
| 2. | Теоретичні засади моделі досконалої конкуренції закладено  |
| 3. | Основи теорії нової моделі конкуренції *–* монополістичної закладено  |
| 4. | У вузькому смислі предметом конкуренції є  |
| 5. | Конкуренція, предметом якої є невзаємозамінні товари та послуги, а результатом є встановлення середньої норми прибутку в економіці в цілому – це...: |
| 6. | Функція конкуренції*,* яка проявляється в обмеженні економічної потужності кожного підприємства *(*якщо монополіст може призначати єдино можливу ціну*,* то конкуренція надає покупцеві можливість вибору серед декількох продавців*) -* це функція  |
| 7. | Конкуренція*,* що виникає в ситуації*,* коли товар*,* що випускається певним підприємством і поряд з товарами інших фірм задовольняє конкретну потребу споживача*,* за формою є |
| 8. | В основі виокремлення ринку продавця і ринку покупця*,* лежить така класифікаційна ознака*,* як |
| 9. | Ринкова ситуація*,* за якої відносно велика кількість невеликих виробників пропонують схожу*,* але не ідентичну продукцію*.* Кожне підприємство даного середовища задовольняє невелику частку ринкового попиту на продукцію*,* який реалізує підприємство*.* Це конкурентне середовище  |
| 10. | Компанії прагнуть до того*,* щоб їх підприємства повністю відповідали стандартам*,* встановленим їх основними конкурентами*, -* технічним прийомам*,* технологіям*,* методам організації виробництва ведучих підприємств галузі*.* Мова йде про компанії*...*  |
| 11. | З*-*поміж всіх конкурентних сил *(*за моделлю М*.* Портера*)* найбільший вплив здійснює  |
| 12. | Сила впливу різноманітних груп споживачів на інтенсивність конкуренції є значною за наявності таких умов |
| 13. | Відповідно до Закону України *"*Про захист економічної конкуренції*"* суб*'*єкт господарювання займає монопольне *(*домінуюче*)* становище на ринку товару*,* якщо  |
| 14. | Спростування неправдивих*,* неточних або неповних відомостей *–* це вид відповідальності  |
| 15. | Якщо коефіцієнт відносної концентрації більше 1 |
| 16. | Показник дає можливість оцінити розподіл ринкових часток за допомогою суми квадратів ринкових часток конкурентів. Мова йде про |
| 17. | Чим більшим є значення коефіцієнта*,* тим сильніша влада підприємства на ринку*,* а*,* отже*,* тим меншою є залежність підприємства від конкурентів*,* постачальників*,* споживачів*.* Мова йде про |
| 18. | Відсоток споживачів*,* які називають певну марку товару*,* коли їх просять назвати першу*,* що спала їм на думку при прийнятті рішення щодо купівлі особливого виду продукції *-* це |
| 19. | В основі виокремлення параметричних*,* товарних*,* марочних конкурентів та конкурентів бажань лежить така класифікаційна ознака*,* як  |
| 20. | Чи вірним є твердження*,* що встановлення стратегічної групи конкурентів зводиться до визначення відмінностей між ними*,* де найважливішим критерієм є розмір ринкової частки підприємств*?* |
| 21. | Конкурентна перевага являє собою  |
| 22. | До особливостей ключових компетенцій слід віднести  |
| 23. | Внутрішні конкурентні переваги включають |
| 24. | До зовнішніх конкурентних переваг підприємства можна віднести наступні  |
| 25. | Формування конкурентної переваги*,* виходячи з основних положень концепції *„*Ланцюга створення вартості*”,* повинно передбачати рішення таких завдань |
| 26. | Стратегічна зона господарювання має певні кількісні та якісні характеристики  |
| 27. | Для виділення СЗГ застосовують такі параметри  |
| 28. | Аналіз стратегічних зон господарювання дозволяє вирішити завдання  |
| 29. | Найбільш типовими причинами новацій, що дають конкурентну перевагу, виступають |
| 30. | Серед причин інновацій, що дають конкурентну перевагу, можна виділити |
| 31. | Що служить синонімом до поняття *«*конкурентна стратегія*»?*  |
| 32. | В основі виокремлення стратегії агресорів*,* стратегії фірм*,* які займають сегменти з найкращими позиціями*,* стратегії *«*середніх*»* фірм*,* стратегії фірм*,* які займають сегменти з високою цінністю*,* стратегії оборонців лежить така класифікаційна ознака*,* як*:*  |
| 33. | Якої конкурентної стратегії дотримується підприємство*,* що випускає товар з унікальними характеристиками і реалізує його на конкретному сегменті ринку |
| 34. | В якості базових стратегій формування конкурентної переваги М*.*Портер виокремив  |
| 35. | Стратегія найменших сукупних витрат буде ефективною за наступних умов  |
| 36. | Перспективний для реалізації конкурентної стратегії диференціації ринок характеризується наступним  |
| 37. | Передумовами реалізації стратегія зосередження (фокусування) виступають |
| 38. | Г*.*Л*.* Азоєв у процесі доповнення та розвитку концепції М*.*Портера запропонував дві принципово нові стратегії формування конкурентних переваг |
| 39. | Пошук нових груп споживачів і територіальних ринків*,* підготовка до моменту проникнення в галузь могутніх компаній з інших галузей *-* це можливі стратегії компаній*,* що працюють на*...* |
| 40. | Стратегії фірм у відповідь на зміни в конкурентному середовищі галузі на стадії зрілості  |
| 41. | Основними конкурентними перевагами продукту виступають  |
| 42. | У процесі оцінки і управління конкурентоспроможністю необхідно враховувати інтереси обох суб*'*єктів ринкових відносин *(*споживачів і виробників*).* Це принцип*.....:* |
| 43. | Недоліками й обмеженнями інтегральної конкурентоспроможності виступають |
| 44. | Перевагами аналітично*-*розрахункового методу оцінки конкурентоспроможності товару є |
| 45. | Метод оцінки конкурентоспроможності, який базується на використані і співставленні одиничних параметрів аналізованої продукції та бази порівняння - це: |
| 46. | Під час оцінки рівня конкурентоспроможності перспективних розробок або імпортної продукції*,* що вперше з*'*явилася на ринку найбільш доцільним є використання  |
| 47. | Абсолютний рівень якості того чи іншого виробу  |
| 48. | До складових управління конкурентоспроможністю продукції відносять |
| 49. | Основні підходи до управління конкурентоспроможністю продукції включають  |
| 50. | Основні підходи до управління конкурентоспроможністю продукції включають  |
| 51. | Конкурентоспроможність підприємства *–* це*:* |
| 52. | За класифікаційною ознакою “Місце виникнення” виділяють такі чинники конкурентоспроможності підприємства, як |
| 53. | За класифікаційною ознакою *“*Сфера походження*”* виділяють такі чинники конкурентоспроможності підприємства*,* як  |
| 54. | Мета управління конкурентоспроможністю підприємства полягає в  |
| 55. | Об*’*єктом управління конкурентоспроможністю підприємства є |
| 56. | Суб*’*єктом управління конкурентоспроможністю підприємства є  |
| 57. | До загальних функцій управління конкурентоспроможністю підприємства відносяться такі функції*,* як  |
| 58. | До базових принципів управління конкурентоспроможністю слід віднести  |
| 59. | Конкурентними перевагами великих підприємств є  |
| 60. | Програмою підвищення конкурентоспроможності прийнято вважати  |
| 61. | В основу управління розробкою та реалізацією програми підвищення конкурентоспроможності покладаються наступні принципи  |
| 62. | Учасниками програми *(*проекту*)* підвищення конкурентоспроможності можуть виступати |
| 63. | Серед основних засобів підвищення конкурентоспроможності підприємства можна виділити |
| 64. | До основних організаційних форм підвищення конкурентоспроможності відносяться |
| 65. | Основними сферами підвищення конкурентоспроможності виступають  |
| 66. | До зовнішніх передумов, що визначають необхідність розробки програм підвищення конкурентоспроможності, відносяться |
| 67. | До внутрішніх передумов, що визначають необхідність розробки програм підвищення конкурентоспроможності, відносяться |
| 68. | Індикаторами нагальності розробки та впровадження програми підвищення конкурентоспроможності для конкретного підприємства виступають |
| 69. | Концепція ринкової економіки характеризується |
| 70. | Визначте наслідки конкуренції для ринку |
| 71. | Назвіть функції конкуренції |
| 72. | Конкуренція за рівнем походження поділяється на  |
| 73. | За характером задоволення потреб споживачів, конкуренція може бути |
| 74. | Відповідно до поведінки учасників (суб’єктів) ринкових відносин конкуренція буває  |
| 75. | Залежно від кількості продавців та особливостей їхньої поведінки конкуренція може бути  |
| 76. | Назвіть характеристики досконалої конкуренції |
| 77. | Визначте характеристики олігополії |
| 78. | Штучні монополії діють на ринку таким чином |
| 79. | Залежно від охоплення економіки монополії бувають  |
| 80. | Залежно від причин виникнення монополії бувають  |
| 81. | Визначте підходи до розуміння конкуренції  |
| 82. | Конкурентоспроможність характеризується такими ознаками  |
| 83. | Конкурентоспроможність виражається через систему показників |
| 84. | Визначте групи параметрів, які характеризують конкурентоспроможність товарів |
| 85. | Якісні показники конкурентоспроможності характеризують  |
| 86. | Економічні показники конкурентоспроможності  |
| 87. | Якісні показники конкурентоспроможності товарів не включають  |
| 88. | Економічні показники конкурентоспроможності товарів включають |
| 89. | Технічні параметри для аналізу конкурентоспроможності товарів включають |
| 90. | Функціональні показники конкурентоспроможності товарів включають |
| 91. | На виробничій стадії фактори конкурентоспроможності бувають такими  |
| 92. | На стадії продажу фактори конкурентоспроможності бувають такими  |
| 93. | На стадії споживання і користування фактори конкурентоспроможності бувають такими  |
| 94. | Визначте фактори конкурентоспроможності підприємства, яке виробляє і продає товари споживчого призначення |
| 95. | Визначте детермінанти конкурентної переваги підприємства згідно з М. Портером |
| 96. | Алгоритм визначення конкурентоспроможності передбачає такі дії (оберіть правильний порядок)  |
| 97. | Конкурентна позиція підприємства ‒ це |
| 98. | Конкурентні переваги підприємства залежать від |
| 99. | В якій з методик визначення конкурентоспроможності підприємства враховуються показники прибутковості, ефективності управління, ділової активності, ліквідності  |
| 100. | Для досягнення успіху велика корпорація у сфері масового виробництва має |
| 101. | Перші найбільш цілісні теоретичні положення про рушійні сили конкурентної боротьби з*'*явилися |
| 102. | Теоретичні засади моделі досконалої конкуренції закладено  |
| 103. | Основи теорії нової моделі конкуренції *–* монополістичної закладено  |
| 104. | У вузькому смислі предметом конкуренції є  |
| 105. | Конкуренція, предметом якої є невзаємозамінні товари та послуги, а результатом є встановлення середньої норми прибутку в економіці в цілому – це...: |
| 106. | Функція конкуренції*,* яка проявляється в обмеженні економічної потужності кожного підприємства *(*якщо монополіст може призначати єдино можливу ціну*,* то конкуренція надає покупцеві можливість вибору серед декількох продавців*) -* це функція  |
| 107. | Конкуренція*,* що виникає в ситуації*,* коли товар*,* що випускається певним підприємством і поряд з товарами інших фірм задовольняє конкретну потребу споживача*,* за формою є |
| 108. | В основі виокремлення ринку продавця і ринку покупця*,* лежить така класифікаційна ознака*,* як |
| 109. | Ринкова ситуація*,* за якої відносно велика кількість невеликих виробників пропонують схожу*,* але не ідентичну продукцію*.* Кожне підприємство даного середовища задовольняє невелику частку ринкового попиту на продукцію*,* який реалізує підприємство*.* Це конкурентне середовище  |
| 110. | Компанії прагнуть до того*,* щоб їх підприємства повністю відповідали стандартам*,* встановленим їх основними конкурентами*, -* технічним прийомам*,* технологіям*,* методам організації виробництва ведучих підприємств галузі*.* Мова йде про компанії*...*  |
| 111. | З*-*поміж всіх конкурентних сил *(*за моделлю М*.* Портера*)* найбільший вплив здійснює  |
| 112. | Сила впливу різноманітних груп споживачів на інтенсивність конкуренції є значною за наявності таких умов |
| 113. | Відповідно до Закону України *"*Про захист економічної конкуренції*"* суб*'*єкт господарювання займає монопольне *(*домінуюче*)* становище на ринку товару*,* якщо  |
| 114. | Спростування неправдивих*,* неточних або неповних відомостей *–* це вид відповідальності  |
| 115. | Якщо коефіцієнт відносної концентрації більше 1 |
| 116. | Показник дає можливість оцінити розподіл ринкових часток за допомогою суми квадратів ринкових часток конкурентів. Мова йде про |
| 117. | Чим більшим є значення коефіцієнта*,* тим сильніша влада підприємства на ринку*,* а*,* отже*,* тим меншою є залежність підприємства від конкурентів*,* постачальників*,* споживачів*.* Мова йде про |
| 118. | Відсоток споживачів*,* які називають певну марку товару*,* коли їх просять назвати першу*,* що спала їм на думку при прийнятті рішення щодо купівлі особливого виду продукції *-* це |
| 119. | В основі виокремлення параметричних*,* товарних*,* марочних конкурентів та конкурентів бажань лежить така класифікаційна ознака*,* як  |
| 120. | Чи вірним є твердження*,* що встановлення стратегічної групи конкурентів зводиться до визначення відмінностей між ними*,* де найважливішим критерієм є розмір ринкової частки підприємств*?* |
| 121. | Конкурентна перевага являє собою  |
| 122. | До особливостей ключових компетенцій слід віднести  |
| 123. | Внутрішні конкурентні переваги включають |
| 124. | До зовнішніх конкурентних переваг підприємства можна віднести наступні  |
| 125. | Формування конкурентної переваги*,* виходячи з основних положень концепції *„*Ланцюга створення вартості*”,* повинно передбачати рішення таких завдань |
| 126. | Стратегічна зона господарювання має певні кількісні та якісні характеристики  |
| 127. | Для виділення СЗГ застосовують такі параметри  |
| 128. | Аналіз стратегічних зон господарювання дозволяє вирішити завдання  |
| 129. | Найбільш типовими причинами новацій, що дають конкурентну перевагу, виступають |
| 130. | Серед причин інновацій, що дають конкурентну перевагу, можна виділити |
| 131. | Що служить синонімом до поняття *«*конкурентна стратегія*»?*  |
| 132. | В основі виокремлення стратегії агресорів*,* стратегії фірм*,* які займають сегменти з найкращими позиціями*,* стратегії *«*середніх*»* фірм*,* стратегії фірм*,* які займають сегменти з високою цінністю*,* стратегії оборонців лежить така класифікаційна ознака*,* як*:*  |
| 133. | Якої конкурентної стратегії дотримується підприємство*,* що випускає товар з унікальними характеристиками і реалізує його на конкретному сегменті ринку |
| 134. | В якості базових стратегій формування конкурентної переваги М*.*Портер виокремив  |
| 135. | Стратегія найменших сукупних витрат буде ефективною за наступних умов  |
| 136. | Перспективний для реалізації конкурентної стратегії диференціації ринок характеризується наступним  |
| 137. | Передумовами реалізації стратегія зосередження (фокусування) виступають |
| 138. | Г*.*Л*.* Азоєв у процесі доповнення та розвитку концепції М*.*Портера запропонував дві принципово нові стратегії формування конкурентних переваг |
| 138. | Пошук нових груп споживачів і територіальних ринків*,* підготовка до моменту проникнення в галузь могутніх компаній з інших галузей *-* це можливі стратегії компаній*,* що працюють на*...* |
| 140. | Стратегії фірм у відповідь на зміни в конкурентному середовищі галузі на стадії зрілості  |
| 141. | Основними конкурентними перевагами продукту виступають  |
| 142. | У процесі оцінки і управління конкурентоспроможністю необхідно враховувати інтереси обох суб*'*єктів ринкових відносин *(*споживачів і виробників*).* Це принцип*.....:* |
| 143. | Недоліками й обмеженнями інтегральної конкурентоспроможності виступають |
| 144. | Перевагами аналітично*-*розрахункового методу оцінки конкурентоспроможності товару є |
| 145. | Метод оцінки конкурентоспроможності, який базується на використані і співставленні одиничних параметрів аналізованої продукції та бази порівняння - це: |
| 146. | Під час оцінки рівня конкурентоспроможності перспективних розробок або імпортної продукції*,* що вперше з*'*явилася на ринку найбільш доцільним є використання  |
| 147. | Абсолютний рівень якості того чи іншого виробу  |
| 148. | До складових управління конкурентоспроможністю продукції відносять |
| 149. | Основні підходи до управління конкурентоспроможністю продукції включають  |
| 150. | Основні підходи до управління конкурентоспроможністю продукції включають  |
| 151. | Конкурентоспроможність підприємства *–* це*:* |
| 152. | За класифікаційною ознакою “Місце виникнення” виділяють такі чинники конкурентоспроможності підприємства, як |
| 153. | За класифікаційною ознакою *“*Сфера походження*”* виділяють такі чинники конкурентоспроможності підприємства*,* як  |
| 154. | Мета управління конкурентоспроможністю підприємства полягає в  |
| 155. | Об*’*єктом управління конкурентоспроможністю підприємства є |
| 156. | Суб*’*єктом управління конкурентоспроможністю підприємства є  |
| 157. | До загальних функцій управління конкурентоспроможністю підприємства відносяться такі функції*,* як  |
| 158. | До базових принципів управління конкурентоспроможністю слід віднести  |
| 159. | Конкурентними перевагами великих підприємств є  |
| 160. | Програмою підвищення конкурентоспроможності прийнято вважати  |
| 161. | В основу управління розробкою та реалізацією програми підвищення конкурентоспроможності покладаються наступні принципи  |
| 162. | Учасниками програми *(*проекту*)* підвищення конкурентоспроможності можуть виступати |
| 163. | Серед основних засобів підвищення конкурентоспроможності підприємства можна виділити |
| 164. | До основних організаційних форм підвищення конкурентоспроможності відносяться |
| 165. | Основними сферами підвищення конкурентоспроможності виступають  |
| 166. | До зовнішніх передумов, що визначають необхідність розробки програм підвищення конкурентоспроможності, відносяться |
| 167. | До внутрішніх передумов, що визначають необхідність розробки програм підвищення конкурентоспроможності, відносяться |
| 168. | Індикаторами нагальності розробки та впровадження програми підвищення конкурентоспроможності для конкретного підприємства виступають |
| 169. | Концепція ринкової економіки характеризується |
| 170. | Визначте наслідки конкуренції для ринку |
| 171. | Назвіть функції конкуренції |
| 172. | Конкуренція за рівнем походження поділяється на  |
| 173. | За характером задоволення потреб споживачів, конкуренція може бути |
| 174. | Відповідно до поведінки учасників (суб’єктів) ринкових відносин конкуренція буває  |
| 175. | Залежно від кількості продавців та особливостей їхньої поведінки конкуренція може бути  |
| 176. | Назвіть характеристики досконалої конкуренції |
| 177. | Визначте характеристики олігополії |
| 178. | Штучні монополії діють на ринку таким чином |
| 179. | Залежно від охоплення економіки монополії бувають  |
| 180. | Залежно від причин виникнення монополії бувають  |
| 181. | Визначте підходи до розуміння конкуренції  |
| 182. | Конкурентоспроможність характеризується такими ознаками  |
| 183. | Конкурентоспроможність виражається через систему показників |
| 184. | Визначте групи параметрів, які характеризують конкурентоспроможність товарів |
| 185. | Якісні показники конкурентоспроможності характеризують  |
| 186. | Економічні показники конкурентоспроможності  |
| 187. | Якісні показники конкурентоспроможності товарів не включають  |
| 188. | Економічні показники конкурентоспроможності товарів включають |
| 189. | Технічні параметри для аналізу конкурентоспроможності товарів включають |
| 190. | Функціональні показники конкурентоспроможності товарів включають |
| 191. | На виробничій стадії фактори конкурентоспроможності бувають такими  |
| 192. | На стадії продажу фактори конкурентоспроможності бувають такими  |
| 193. | На стадії споживання і користування фактори конкурентоспроможності бувають такими  |
| 194. | Визначте фактори конкурентоспроможності підприємства, яке виробляє і продає товари споживчого призначення |
| 195. | Визначте детермінанти конкурентної переваги підприємства згідно з М. Портером |
| 196. | Алгоритм визначення конкурентоспроможності передбачає такі дії (оберіть правильний порядок)  |
| 197. | Конкурентна позиція підприємства ‒ це |
| 198. | Конкурентні переваги підприємства залежать від |
| 199. | В якій з методик визначення конкурентоспроможності підприємства враховуються показники прибутковості, ефективності управління, ділової активності, ліквідності  |
| 200. | Для досягнення успіху велика корпорація у сфері масового виробництва має |