МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Національний університет кораблебудування
імені адмірала Макарова

А. В. Руснак, І. І. Надточій

МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ

для виконання тестових завдань з дисципліни
«Конкурентоспроможність підприємства»

Рекомендовано Методичною радою НУК

ВИДАВНИЦТВО
НАЦІОНАЛЬНОГО УНІВЕРСИТЕТУ
КОРАБЛЕБУДУВАННЯ
ІМ. АДМІРАЛА МАКАРОВА
2025

УДК 330(076)
Р88

Автори:
А. В. Руснак, д-р екон. наук, професор;
І. І. Надточій, д-р екон. наук, професор

Рецензент:
М. Д. Балджи, д-р екон. наук, професор, професор кафедри економічної теорії та економіки підприємства Одеського державного аграрного університету

Рекомендовано Методичною радою НУК

Руснак А. В.

Р88 Методичні вказівки для виконання тестових завдань з дисципліни «Конкурентоспроможність підприємства» / А. В. Руснак, І. І. Надточій. – Миколаїв : НУК, 2025. – 32 с.

Наведено загальні відомості про дисципліну, зміст лекційних занять, тестові завдання та список рекомендованої літератури.

Призначено для здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти денної та заочної форм навчання.

УДК 330(076)

© А. В. Руснак, І. І. Надточій, 2025
© Національний університет кораблебудування імені адмірала Макарова, 2025

ВСТУП

Сучасне бізнес-середовище відзначається високим рівнем динамічності, глобалізацією ринків, розвитком цифрових технологій та постійною зміною конкурентних умов. У таких умовах конкурентоспроможність підприємства є ключовим фактором його сталого розвитку, ефективного функціонування та успішного ведення бізнесу.

Методичні вказівки для виконання тестових завдань з дисципліни «Конкурентоспроможність підприємства» розроблені з метою допомоги здобувачам вищої освіти у систематизації та закріпленні теоретичних знань, набутті практичних навичок аналізу конкурентного середовища й оцінки конкурентоспроможності підприємств.

Дані вказівки містять питання, що охоплюють ключові аспекти дисципліни, зокрема:

– основи конкуренції, методи оцінки конкурентоспроможності, управління конкурентними стратегіями, державне регулювання конкуренції, конкурентну розвідку тощо;

– різнорівневі тестові завдання, які допоможуть студентам оцінити рівень засвоєння матеріалу та покращити аналітичні здібності.

Запропоновані тестові завдання спрямовані на розвиток логічного мислення, вміння аналізувати конкурентні переваги підприємств, визначати стратегії їхнього розвитку та знаходити оптимальні рішення в умовах конкурентної боротьби.

Методичні вказівки будуть корисними здобувачам вищої освіти економічних спеціальностей, викладачам, науковцям і практикам, які прагнуть поглибити знання у сфері конкурентоспроможності підприємств та їх ефективного управління.

МЕТА ТА ЗАВДАННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Метою вивчення навчальної дисципліни «Конкурентоспроможність підприємства» є формування у здобувачів вищої освіти таких компетентностей:

1. Здатність ідентифікувати всі види конкурентних переваг, якими володіє підприємство, визначити ті, які мають бути досягнутими у майбутньому для поліпшення його конкурентоспроможності.
2. Здатність використовувати чинники конкурентоспроможності для створення конкурентних переваг підприємства.
3. Здатність здійснювати розрахунки, пов'язані з оцінюванням рівня конкуренції в галузі.
4. Здатність визначати масштаби конкурентного галузевого середовища підприємства й оцінювати розстановку сил на ринку.
5. Здатність застосувати моделі та методики оцінювання конкурентоспроможності підприємства.

ОЧІКУВАНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ

Вивчення навчальної дисципліни передбачає формування та розвиток у здобувачів вищої освіти таких результатів навчання, як:

1. Визначати конкурентну позицію підприємства та його конкурентний статус.
2. Аналізувати причини й умови виникнення конкурентних переваг.
3. Обґрунтовувати та здійснювати вибір бази порівняння та показників для оцінювання конкурентоспроможності підприємства.
4. Здійснювати комплексну оцінку конкурентоспроможності підприємства.
5. Визначати конкурентні стратегії підприємства.

ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Модуль 1
Концептуальні засади конкуренції та конкурентоспроможності підприємства

Тема 1. Предмет, мета і завдання дисципліни «Конкурентоспроможність підприємства»

Предмет і завдання дисципліни. Теоретичні основи та методична база управління конкурентоспроможністю організацій. Форми організації освітнього процесу, методичне та бібліографічне забезпечення курсу.

Джерела інформації: [1, с. 15–22; 2, с. 25–41; 5, с. 6–12; 10, с. 10–22].

Тема 2. Конкуренція та конкурентоспроможність: суть і роль у діяльності підприємства

Теоретичні засади конкурентних відносин. Сутність та види економічної конкуренції. Еволюція поглядів на конкуренцію. Конкуренція, як рушійна сила ринку. Елементи механізму конкурентної боротьби. Конкуренція й підприємство. Конкурентоспроможність суб'єкта конкуренції та її основні ознаки. Види конкурентоспроможності залежно від рівня й об'єкту аналізу.

Джерела інформації: [2, с. 45–49; 6, с. 55–65; 9, с. 49–52; 10, с. 25–35].

Тема 3. Конкурентне середовище підприємства

Основні складові конкурентного середовища. Модель «п'яти сил конкуренції» М. Портера та її елементи. Державна

політика в сфері регулювання конкуренції. Рушійні сили ринку та інтенсивність конкуренції. Чинники, що впливають на силу конкурентної боротьби. Методи оцінювання інтенсивності конкуренції. Показники концентрації виробництва в галузі. Аналіз діяльності конкурентів. Інформаційне забезпечення та структура аналізу діяльності конкурентів. Методика побудови та інтерпретація конкурентної карти ринку та карти стратегічних груп.

Джерела інформації: [1, с. 55–75; 4, с. 71–81; 9, с. 55–75; 10, с. 56–80].

Тема 4. Конкурентні переваги підприємства

Сутність ключові чинники успіху: поняття та класифікація. Тактичні та стратегічні чинники конкурентної переваги підприємства. Властивості конкурентних переваг. Порівняльний характер конкурентних переваг. Залежність конкурентних переваг від конкретних умов і причин. Життєвий цикл конкурентної переваги. Сфери формування та реалізації конкурентних переваг. Концепція «ланцюга створення вартості» та її застосування при реалізації конкурентних переваг. Види та джерела формування конкурентних переваг.

Джерела інформації: [2, с. 99–108; 6, с. 88–95].

Модуль 2
Підходи до оцінки, забезпечення та управління конкурентоспроможністю підприємства

Тема 5. Стратегічний підхід до управління конкурентоспроможністю підприємства

Система конкурентних стратегій підприємства. Сутність поняття «конкурентна стратегія». Найбільш поширені класифікації стратегії ринкової конкуренції. Загальні стратегії конкуренції. Базові стратегії конкуренції. Стратегії конкурентної

поведінки підприємства. Стратегії забезпечення конкурентоспроможності як комплексна стратегія. Ситуаційне проєктування конкурентної стратегії. Адаптація стратегії конкуренції до особливостей динаміки ринку.

Джерела інформації: [3, с. 121–142; 5, с. 118–128].

Тема 6. Конкурентоспроможність товару та методи його оцінювання

Критерії та чинники конкурентоспроможності товару. Конкурентоспроможність продукції та послуг – основа формування конкурентоспроможності організації. Методи оцінювання конкурентоспроможності продукції. Якість товару (послуг) – основний важіль забезпечення його конкурентоспроможності. Оптимізація співвідношення ціни, якості та обслуговування як основна мета управління конкурентоспроможністю товару. Основні підходи до управління конкурентоспроможністю товару (послуг).

Джерела інформації: [3, с. 151–156; 5, с. 58–64; 10, с. 138–150].

Тема 7. Система та процес управління конкурентоспроможністю підприємства

Чинники, що визначають рівень конкурентоспроможності підприємства. Аспекти забезпечення конкурентоспроможності підприємства: виробничий, маркетинговий, фінансовий, інноваційний, організаційно-культурний, кадровий, управлінський. Методи оцінювання рівня конкурентоспроможності підприємства. Системно-процесний підхід до управління конкурентоспроможності підприємства. Цикл управління конкурентоспроможністю.

Джерела інформації: [1, с. 158–168; 5, с. 171–192].

Тема 8. Розроблення та забезпечення реалізації програм підвищення конкурентоспроможності

Концепція розроблення та забезпечення реалізації програм підвищення конкурентоспроможності організації. Програми підвищення продуктивності та якості як складової програм забезпечення конкурентоспроможності підприємства. Основні етапи розроблення програми підвищення конкурентоспроможності. Реалізація програми підвищення конкурентоспроможності та моніторинг її перебігу. Особливості конкурентних відносин в Україні. Перспективи розвитку українських компаній.

Джерела інформації: [2, с. 122–128; 9, с. 202–212].

ТЕСТИ З ОДНИМ ПРАВИЛЬНИМ ВАРІАНТОМ ВІДПОВІДІ

1. Що таке конкурентоспроможність підприємства?

а) здатність підприємства зменшувати витрати;
б) здатність підприємства ефективно конкурувати на ринку;
в) процес підвищення продуктивності праці;
г) використання лише інноваційних технологій.

2. Який із наведених факторів НЕ впливає на конкурентоспроможність підприємства?

а) вартість сировини;
б) структура капіталу підприємства;
в) географічне розташування споживачів;
г) наявність екологічної сертифікації.

3. Основна мета конкурентної боротьби – це:

а) досягнення монопольного становища;
б) витіснення всіх конкурентів;
в) збільшення прибутку та ринкової частки;
г) мінімізація витрат на виробництво.

4. Який з елементів НЕ входить до моделі «п'яти сил Портера»?

а) вплив постачальників;
б) вплив покупців;
в) державне регулювання;
г) загроза появи нових конкурентів.

5. Що характеризує поняття «галузева конкуренція»?

а) конкуренцію між підприємствами в межах однієї галузі;
б) конкуренцію між різними секторами економіки;

в) монопольне становище на ринку;
г) конкуренцію між великими та малими підприємствами.

6. Який метод використовується для оцінки конкурентоспроможності підприємства?
а) SWOT-аналіз;
б) PESTEL-аналіз;
в) метод експертних оцінок;
г) усі перелічені.

7. Який із показників НЕ використовується при аналізі конкурентоспроможності?
а) частка ринку;
б) рівень інфляції;
в) рентабельність підприємства;
г) лояльність клієнтів.

8. Яка мета SWOT-аналізу?
а) визначення конкурентної стратегії підприємства;
б) оцінка внутрішніх та зовнішніх факторів впливу;
в) визначення рівня фінансової стійкості;
г) оптимізація операційних витрат.

9. Який фактор відноситься до зовнішнього середовища підприємства?
а) якість продукції;
б) організаційна структура;
в) політична стабільність;
г) собівартість виробництва.

10. Основна мета бенчмаркінгу:
а) копіювання стратегії конкурентів;
б) визначення найкращих практик у галузі;
в) оптимізація витрат на маркетинг;
г) зниження рівня конкуренції.

11. Який з наведених компонентів є ключовим у системі управління конкурентоспроможністю?
а) фінансовий менеджмент;
б) аналіз конкурентного середовища;

в) мотивація персоналу;
г) копіювання дій конкурентів.

12. Що означає поняття «конкурентна перевага»?

а) унікальна здатність підприємства створювати цінність для споживачів краще за конкурентів;
б) максимізація витрат;
в) впровадження стандартних рішень;
г) використання дешевої сировини.

13. Який з підходів є основою стратегічного управління конкурентоспроможністю?

а) операційний підхід;
б) інноваційний підхід;
в) ресурсний підхід;
г) технічний підхід.

14. Що таке адаптивна стратегія підприємства?

а) орієнтація на стабільний розвиток незалежно від змін ринку;
б) здатність швидко реагувати на зміни у зовнішньому середовищі;
в) ухвалення рішень без аналізу середовища;
г) повне уникнення ризиків.

15. Що є основою процесу ухвалення управлінських рішень щодо конкурентоспроможності?

а) випадкові дані;
б) інтуїція менеджера;
в) аналіз зовнішнього та внутрішнього середовища;
г) тиск конкурентів.

16. Що є основним завданням аналізу конкурентного середовища?

а) визначення ризиків і можливостей для підприємства;
б) максимізація витрат;
в) визначення обсягів продукції;
г) ухвалення інтуїтивних рішень.

17. Який з методів застосовується для аналізу конкурентного середовища?

а) PESTEL-аналіз;
б) SWOT-аналіз;
в) п'ять сил Портера;
г) усі перелічені;

18. Який фактор відноситься до макросередовища підприємства?

а) конкуренти;
б) постачальники;
в) державне регулювання;
г) споживачі.

19. Що характеризує ринок досконалої конкуренції?

а) відсутність бар'єрів для входу нових підприємств;
б) домінування одного підприємства;
в) високий рівень державного контролю;
г) монопольне ціноутворення.

20. Що є одним із бар'єрів для входу нових підприємств на ринок?

а) високі витрати на рекламу;
б) доступ до дешевої сировини;
в) ринкова монополія;
г) висока лояльність споживачів до існуючих брендів.

21. Яка мета антимонопольного регулювання?

а) підтримка монополій;
б) забезпечення чесної конкуренції на ринку;
в) підвищення податків для малих підприємств;
г) зменшення кількості гравців на ринку.

22. Яка організація в Україні займається контролем за антимонопольним законодавством?

а) Національний банк України;
б) Антимонопольний комітет України;
в) Міністерство економіки;
г) Державна фіскальна служба.

23. Який з інструментів використовується державою для підтримки конкурентоспроможності?

а) податкові пільги;
б) санкції для підприємств;
в) впровадження адміністративних бар'єрів;
г) заборона іноземного капіталу.

24. Що є метою державної підтримки малого бізнесу?

а) зменшення кількості підприємств;
б) стимулювання конкуренції та створення нових робочих місць;
в) встановлення монополії на ринку;
г) контроль за цінами.

25. Який фактор найчастіше стримує розвиток конкурентоспроможності підприємств?

а) відсутність конкурентів;
б) низький рівень державної підтримки;
в) високий попит на продукцію;
г) доступ до інновацій.

26. Яка стратегія передбачає орієнтацію на мінімізацію витрат?

а) диверсифікація;
б) лідерство за витратами;
в) нішева стратегія;
г) диференціація.

27. Що є ключовим у стратегії диференціації?

а) зниження собівартості;
б) унікальні характеристики продукції;
в) масове виробництво;
г) ігнорування потреб споживачів.

28. Який з наведених варіантів є прикладом нішевої стратегії?

а) виробництво автомобілів масового сегмента;
б) виробництво екологічних товарів для вузької цільової аудиторії;

в) зменшення витрат на логістику;
г) масова реклама продукції.

29. Що таке стратегічний альянс?
а) конкуренція між підприємствами;
б) тимчасова співпраця між підприємствами для досягнення спільних цілей;
в) злиття підприємств;
г) повна монополізація ринку.

30. Яка з характеристик належить до інноваційної стратегії?
а) використання застарілих технологій;
б) орієнтація на стабільність;
в) впровадження нових продуктів і технологій;
г) мінімізація витрат без інновацій.

31. Що таке конкурентна розвідка?
а) незаконне отримання інформації про конкурентів;
б) аналіз відкритих джерел для збору інформації про конкурентів;
в) використання інсайдерської інформації;
г) хакерські атаки на конкурентів.

32. Який основний метод використовується в конкурентній розвідці?
а) аналіз відкритих джерел інформації;
б) підкуп співробітників конкурентів;
в) кібератаки;
г) використання детекторів брехні.

33. Яке основне завдання конкурентної розвідки?
а) знищення репутації конкурентів;
б) отримання стратегічних переваг за рахунок аналізу ринку;
в) прямий вплив на конкурентів через судові позови;
г) використання шпигунства.

34. Яке з джерел не є легальним для збору інформації в конкурентній розвідці?

а) соціальні мережі конкурентів;
б) витоки конфіденційних даних через хакерські атаки;
в) публічні фінансові звіти;
г) виступи керівників компанії.

35. Яка з наведених характеристик є ключовою для ефективної конкурентної розвідки?

а) конфіденційність процесу;
б) використання закритої інформації конкурентів;
в) співпраця з кримінальними структурами;
г) ігнорування етичних норм.

36. Який інструмент конкурентної розвідки використовується для аналізу ринку?

а) PESTEL-аналіз;
б) програмне забезпечення для шпигунства;
в) телефонне прослуховування;
г) використання чорного PR.

37. Який із наступних методів є частиною конкурентної розвідки?

а) моніторинг новин і медіа;
б) нелегальний доступ до серверів конкурентів;
в) викрадення комерційної таємниці;
г) використання підроблених документів.

38. Який документ містить етичні стандарти конкурентної розвідки?

а) кодекс професійної етики конкурентної розвідки;
б) Конституція країни;
в) кримінальний кодекс;
г) патентне законодавство.

39. Який основний ризик існує при використанні нелегальних методів конкурентної розвідки?

а) фінансові втрати;
б) судові позови та кримінальна відповідальність;

в) низька ефективність стратегій;
г) підвищення конкуренції.

40. Як компанії можуть захиститися від конкурентної розвідки?

а) використання інформаційної безпеки та внутрішнього контролю;
б) повна відкритість усіх бізнес-процесів;
в) ігнорування конкурентів;
г) регулярне розголошення комерційної таємниці.

41. Що є основною ознакою конкурентного ринку?

а) відсутність альтернативних товарів;
б) велика кількість продавців і покупців;
в) державне регулювання цін;
г) домінування одного виробника.

42. Який із видів конкуренції передбачає боротьбу за споживача через унікальні характеристики продукції?

а) цінова конкуренція;
б) нецінова конкуренція;
в) олігополія;
г) монополістична конкуренція.

43. Що є основним інструментом цінової конкуренції?

а) реклама;
б) зниження вартості товару;
в) унікальність продукту;
г) покращення сервісу.

44. Яка форма конкуренції виникає між фірмами, які пропонують різні товари, що задовольняють одну і ту ж потребу?

а) пряма конкуренція;
б) непряма конкуренція;
в) досконала конкуренція;
г) олігополія.

45. Який ринок характеризується великою кількістю продавців, які пропонують ідентичні товари?

а) олігополія;
б) досконала конкуренція;
в) монополістична конкуренція;
г) монополія.

46. Що є наслідком ефективної конкуренції?

а) погіршення якості товарів;
б) монополізація ринку;
в) зниження цін і підвищення якості продукції;
г) відсутність нових підприємств на ринку.

47. Яке з наведених тверджень НЕ відповідає досконалій конкуренції?

а) вільний вхід і вихід з ринку;
б) ідентичність товарів;
в) велика кількість продавців і покупців;
г) встановлення цін виробником.

48. Який фактор найчастіше використовується в умовах монополістичної конкуренції?

а) контроль над ринком;
б) диференціація продукції;
в) ціновий демпінг;
г) обмеження доступу нових гравців.

49. Чим відрізняється олігополістичний ринок?

а) наявністю єдиного виробника;
б) домінуванням кількох великих компаній;
в) абсолютною відсутністю конкуренції;
г) державним регулюванням цін.

50. Який із наведених інструментів дозволяє компанії підвищити свою конкурентоспроможність?

а) використання новітніх технологій;
б) обмеження реклами;
в) монополізація ринку;
г) ігнорування потреб споживачів.

ТЕСТИ З КІЛЬКОМА ПРАВИЛЬНИМИ ВАРІАНТАМИ ВІДПОВІДІ

1. Які чинники впливають на конкурентоспроможність підприємства?
   а) якість продукції;
   б) вартість виробництва;
   в) відсутність конкурентів;
   г) інноваційність.

2. Що є ознаками конкурентного ринку?
   а) велика кількість продавців і покупців;
   б) відсутність бар'єрів для входу на ринок;
   в) домінування одного підприємства;
   г) наявність альтернативних товарів.

3. Що є основними видами конкурентних переваг?
   а) вартісна перевага;
   б) диференціація продукції;
   в) відсутність конкурентів;
   г) інноваційні рішення.

4. Які методи конкурентної боротьби є легальними?
   а) цінова конкуренція;
   б) підвищення якості товарів;
   в) демонтаж товарів конкурентів;
   г) використання реклами.

5. Які характеристики властиві монополістичній конкуренції?
   а) велика кількість продавців;
   б) диференціація продукції;
   в) домінування одного виробника;
   г) активне використання маркетингу.

6. **Які методи використовуються для аналізу конкурентного середовища?**
   а) SWOT-аналіз;
   б) PESTEL-аналіз;
   в) аналіз п’яти сил Портера;
   г) випадковий вибір.
7. **Що входить до макросередовища підприємства?**
   а) політичні чинники;
   б) економічні чинники;
   в) вплив конкурентів;
   г) технологічні чинники.
8. **Які внутрішні фактори впливають на конкурентоспроможність підприємства?**
   а) якість управління;
   б) фінансова стабільність;
   в) репутація бренду;
   г) політична ситуація.
9. **Які стратегії допомагають підприємству адаптуватися до змін конкурентного середовища?**
   а) гнучкість у прийнятті рішень;
   б) інновації;
   в) диверсифікація продукції;
   г) ігнорування змін;
10. **Які методи оцінки конкурентів є найбільш ефективними?**
    а) бенчмаркінг;
    б) маркетингові дослідження;
    в) аналіз фінансової звітності;
    г) інтуїтивні припущення.
11. **Які заходи застосовуються для державного регулювання конкуренції?**
    а) антимонопольне законодавство;
    б) захист прав споживачів;
    в) підтримка малого бізнесу;
    г) підтримка монополій.

12. Які інституції в Україні регулюють конкуренцію?

а) Антимонопольний комітет України;
б) Міністерство економіки;
в) Міністерство культури;
г) Державна регуляторна служба.

13. Що є основними наслідками відсутності конкуренції?

а) зниження якості товарів;
б) зростання цін;
в) відсутність стимулів для розвитку;
г) підвищення рівня обслуговування.

14. Які основні конкурентні стратегії розробив М. Портер?

а) стратегія лідерства за витратами;
б) стратегія диференціації;
в) стратегія фокусування;
г) стратегія монополізації.

15. Що є основними чинниками успішної конкурентної стратегії?

а) відповідність потребам ринку;
б) використання унікальних технологій;
в) ефективне управління ресурсами;
г) повна відмова від реклами.

16. Які методи конкурентної розвідки є законними?

а) аналіз відкритих джерел;
б) бенчмаркінг;
в) моніторинг ринку;
г) хакерські атаки.

17. Які дані можуть бути отримані завдяки конкурентній розвідці?

а) ринкові тренди;
б) фінансові показники конкурентів;
в) маркетингові стратегії;
г) конфіденційні документи.

18. Які основні загрози економічній безпеці підприємства?

а) фінансові ризики;
б) кіберзагрози;
в) недобросовісна конкуренція;
г) високий рівень інновацій.

19. Що є ключовими складовими економічної безпеки підприємства?

а) фінансова безпека;
б) кібербезпека;
в) захист інтелектуальної власності;
г) зниження витрат на управління.

20. Які методи використовуються для забезпечення економічної безпеки?

а) впровадження інформаційної безпеки;
б) антикризове управління;
в) оцінка та управління ризиками;
г) ігнорування конкурентів.

21. Які міжнародні стандарти використовуються для управління якістю?

а) ISO 9001;
б) ISO 14001;
в) Six Sigma;
г) GDPR.

22. Які основні елементи корпоративної стратегії впливають на конкурентоспроможність підприємства?

а) диверсифікація бізнесу;
б) оптимізація витрат;
в) використання інновацій;
г) ігнорування конкурентного середовища.

23. Які стратегії допомагають підприємству створити стійку конкурентну перевагу?

а) розробка унікальних продуктів;
б) використання новітніх технологій;
в) формування сильного бренду;
г) відсутність інвестицій у маркетинг.

24. Які чинники можуть призвести до втрати конкурентних переваг?

а) відсутність інновацій;
б) зміни у ринковому середовищі;
в) зниження якості продукції;
г) оптимізація виробничих процесів.

25. Які технології сприяють цифровій трансформації бізнесу?

а) штучний інтелект;
б) хмарні технології;
в) великі дані (big data);
г) використання тільки традиційних методів управління.

26. Які переваги отримує підприємство від цифрової трансформації?

а) підвищення ефективності бізнес-процесів;
б) поліпшення клієнтського досвіду;
в) скорочення операційних витрат;
г) зниження рівня автоматизації.

27. Які ризики можуть виникати під час впровадження цифрових технологій?

а) кіберзагрози;
б) висока вартість впровадження;
в) опір з боку персоналу;
г) повна відсутність ризиків.

28. Які чинники впливають на конкурентоспроможність підприємств у міжнародному середовищі?

а) валютні коливання;
б) митна політика;
в) економічні санкції;
г) локальні ринкові умови без глобального впливу.

29. Які стратегії дозволяють компаніям конкурувати на міжнародному рівні?

а) локалізація продукції;
б) використання глобального маркетингу;

в) партнерство з місцевими компаніями;
г) відсутність аналізу зовнішніх ринків.

30. Які основні ризики пов'язані з виходом на міжнародний ринок?

а) високий рівень конкуренції;
б) політична нестабільність;
в) відмінності в законодавстві;
г) повна передбачуваність ринкових умов.

31. Які аспекти соціальної відповідальності впливають на конкурентоспроможність підприємства?

а) дотримання екологічних стандартів;
б) корпоративне управління;
в) етичне ведення бізнесу;
г) ігнорування соціальних проблем.

32. Які переваги забезпечує система управління якістю на підприємстві?

а) підвищення лояльності клієнтів;
б) зменшення виробничих дефектів;
в) підвищення ефективності виробничих процесів;
г) повне усунення конкуренції.

33. Які елементи формують систему управління якістю?

а) постійне вдосконалення процесів;
б) моніторинг задоволеності клієнтів;
в) контроль якості продукції;
г) мінімізація інвестицій.

34. Які основні принципи циркулярної економіки?

а) повторне використання ресурсів;
б) зменшення відходів;
в) перехід на відновлювані джерела енергії;
г) використання одноразових матеріалів.

35. Що є основними перевагами циркулярних бізнес-моделей?

а) оптимізація витрат на сировину;
б) підвищення екологічної відповідальності;

в) стимулювання інновацій;
г) підвищення обсягів виробництва без урахування попиту.

36. Які галузі можуть ефективно впроваджувати циркулярні бізнес-моделі?
а) виробництво та переробка;
б) будівництво;
в) електроніка;
г) державне управління.

37. Які основні стратегії використовуються при виході підприємства на нові ринки?
а) локалізація продукції;
б) партнерство з місцевими компаніями;
в) франчайзинг;
г) ігнорування місцевого законодавства.

38. Що є найбільшою загрозою при виході на новий ринок?
а) відмінності в культурі та споживчих звичках;
б) жорстке регулювання;
в) висока конкуренція;
г) повна відсутність клієнтів.

39. Які чинники впливають на вибір міжнародної стратегії?
а) економічні показники країни;
б) юридичне середовище;
в) доступність логістичних ланцюгів;
г) особисті уподобання керівника.

40. Які основні фактори сприяють розвитку інновацій на підприємстві?
а) інвестування в наукові дослідження;
б) використання сучасних технологій;
в) наявність кваліфікованих кадрів;
г) ігнорування ризиків.

41. Які інноваційні стратегії підвищують конкурентоспроможність?

а) радикальні інновації;
б) поступові покращення продукту;
в) використання нових бізнес-моделей;
г) відмова від цифрових технологій.

42. Які індикатори використовуються для оцінки рівня інноваційності підприємства?

а) частка доходу від нових продуктів;
б) інвестиції в R&D;
в) патенти та авторські права;
г) традиційні методи виробництва.

43. Які фінансові показники оцінюють конкурентоспроможність підприємства?

а) рентабельність продажів;
б) коефіцієнт ліквідності;
в) окупність інвестицій;
г) витрати на рекламу.

44. Які стратегії допомагають зберегти фінансову стійкість підприємства?

а) оптимізація витрат;
б) диверсифікація джерел доходу;
в) управління борговим навантаженням;
г) відмова від фінансового планування.

45. Які чинники можуть спричинити фінансову нестабільність підприємства?

а) висока кредитна заборгованість;
б) нестабільні валютні курси;
в) зниження попиту;
г) збільшення рентабельності.

46. Які стратегії конкурентної поведінки використовують підприємства?

а) адаптивна стратегія;
б) агресивна стратегія;

в) стратегія оборони;
г) ігнорування ринку.

47. Які методи використовуються для підвищення лояльності клієнтів?

а) персоналізація послуг;
б) бонусні програми;
в) покращення сервісу;
г) мінімізація реклами.

48. Які дії можуть негативно вплинути на конкурентоспроможність підприємства?

а) ігнорування змін у споживчих вподобаннях;
б) відсутність маркетингових досліджень;
в) високий рівень бюрократії;
г) використання сучасних технологій.

49. Що є ознакою ефективної конкурентної стратегії?

а) гнучкість у реагуванні на ринкові зміни;
б) використання унікальних бізнес-моделей;
в) довгострокове планування;
г) відсутність інновацій.

50. Які ключові навички необхідні для управління конкурентоспроможністю підприємства?

а) аналітичне мислення;
б) управління ризиками;
в) вміння адаптуватися до змін;
г) повне ігнорування конкурентів.

РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ

1. Должанський І.З., Загорна, Т.О. Конкурентоспроможність підприємств. К. : Центр навчальної літератури, 2006. 384 с.
2. Кузьмін О.Є., Мельник О.Г., Романко О.П. Конкурентоспроможність підприємства: планування та діагностика : монографія. Івано-Франківськ : ІФНТУНГ, 2011. 180 с.
3. Лупак Р.Л., Васильців Т.Г. Конкурентоспроможність підприємства : навч. посіб. Львів : Видавництво ЛКА, 2016. 484 с.
4. Конкурентоспроможність підприємства: оцінка рівня та напрями підвищення : монографія / за заг. ред. О.Г. Янкового. Одеса : Атлант, 2013. 470 с.
5. Управління конкурентоспроможністю підприємств : підручник / Г.Т. П'ятницька, Н.О. П'ятницька, С.С. Шумська, Н.В. Федорченко, А.О. Гелич, Д.В. П'ятницький. К. : Видавничий дім «Кондор», 2017. 700 с.
6. Романюк Л.М. Конкурентоспроможність підприємства : посібник до вивчення дисципліни. Кіровоград : КНТУ, 2014. 152 с.
7. Савченко А.С. Методичні підходи до системного аналізу інтегральних показників конкурентоспроможності підприємств. *Інвестиції: практика та досвід*. 2017. № 16. С. 67–71.
8. Савченко С.М. Критичний аналіз наявного методичного інструментарію оцінювання конкурентоспроможності підприємств. *Економіка та держава*. 2020. № 7. С. 79–84.

9. Стратегічне управління конкурентоспроможністю промислового підприємства : монографія / Й.М. Петрович, О.В. Кривешко, І.О. Ступак ; за наук. ред. проф. Й.М. Петровича. Львів : Вид-во Львівської політехніки, 2012. 228 с.

10. Теоретичні, методологічні та практичні аспекти конкурентоспроможності підприємств : монографія / за заг. ред. професора О.Г. Янкового. Одеса : Атлант, 2017. 514 с.

11. Управління конкурентоспроможністю підприємств у сучасних умовах : колективна монографія / за заг. ред. М.В. Шарко. Херсон : ПП Вишемирський В.С., 2016. 177 с.

ЗМІСТ

Вступ.....3

Мета та завдання навчальної дисципліни.....4

Очікувані результати навчання.....5

Програма навчальної дисципліни.....6

Тести з одним правильним варіантом відповіді.....10

Тести з кількома правильними варіантами відповіді.....19

Рекомендовані джерела інформації.....28

НОТАТКИ

Навчальне видання

РУСНАК Алла Валентинівна
НАДТОЧІЙ Ірина Ігорівна

МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ

для виконання тестових завдань з дисципліни
«Конкурентоспроможність підприємства»

Комп'ютерне верстання *Н. М. Ковальчук*
Коректор *О. Є. Вакула*

Формат 60×84/16. Ум. друк. арк. 1,86. Вид. № 11. Зам. № 0306-32.
Видавець і виготівник Національний університет кораблебудування
імені адмірала Макарова
просп. Героїв України, 9, м. Миколаїв, 54007
E-mail : publishing@nuos.edu.ua
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи ДК № 6402 від 19.09.2018 р.