

ПИТАННЯ ДО ПІДСУМКОВОГО КОНТРОЛЮ ЗНАНЬ

1. Передумови виникнення стратегічного управління.
2. Характеристика довгострокового та стратегічного управління.
3. Науково-технічний прогрес як основне джерело виникнення невизначеності.
4. Основні етапи циклу стратегічного управління.
5. Рівні стратегії в організації: корпоративний, сфери бізнесу, функціональний, лінійний.
6. Класифікація стратегій у теорії стратегічного управління. Основні класифікаційні ознаки. Глобальні стратегії. Корпоративні (портфельні) стратегії. Функціональні стратегії.
7. Концепція «Національного ромбу» М. Портера та галузеві кластери.
8. Мікросередовище та макросередовище підприємства.
9. Показники оцінки галузі за М. Портером.
10. Рушійні сили та їх вплив на зміни в галузі.
11. Ключові фактори успіху галузі: технологічні, виробничі, маркетингові, управлінські та інші.
12. Конкурентоспроможність підприємства. Конкурентний потенціал підприємства. Конкурентні переваги. Конкурентний статус. Сила конкурентної позиції.
13. Модель «П'яти сил конкуренції» М. Портера.
14. Інтенсивність конкуренції в галузі та фактори, що впливають на неї.
15. Оцінка позицій галузевих компаній на олігополістичному та на монополістичному ринках.
16. Параметри оцінки конкуренції в галузі.
17. Методика проведення SWOT-аналізу.
18. Оцінка конкурентоспроможності підприємства на основі співставлення витрат підприємства та витрат його конкурентів.
19. Визначення конкурентного потенціалу підприємства.
20. Фактори, що впливають на конкурентний потенціал підприємства.
21. Сутність глобальних стратегій конкуренції. Класифікація ефектів масштабу та освоєння.
22. Стратегія мінімізації витрат. Переваги та недоліки стратегії мінімізації витрат із погляду моделі п'яти сил конкуренції: відносно до прямих галузевих конкурентів, відносно до покупців, відносно до постачальників, відносно до потенційних конкурентів, відносно до товарів-замінників.
23. Стратегія диференціації. Горизонтальна диференціація. Вертикальна диференціація. Переваги та недоліки стратегії диференціації.
24. Стратегія фокусування. Умови успішної реалізації стратегії фокусування. Основні складнощі під час реалізації стратегії фокусування.
25. Стратегія інновацій. Впровадження радикальних інновацій. Ризик і прибутковість під час створення і впровадження інновацій.

26. Стратегія оперативного реагування. Адаптація підприємства до потреб ринку.
27. Стратегія пов'язаної диверсифікації. Включення у портфель підприємства нових сфер бізнесу шляхом: придбання підприємств, створення нових підприємств, створення спільних підприємств. Синергетичний ефект і способи його досягнення за рахунок маркетингових, виробничих й управлінських стратегічних відповідностей.
28. Стратегія незв'язаної диверсифікації. Основні переваги стратегії незв'язаної диверсифікації. Ризик і доходність підприємств, які впроваджують стратегію незв'язаної диверсифікації.
29. Стратегія «відкачки» капіталу та ліквідації. Продаж підприємства. Ліквідація підприємства. Банкрутство підприємства.
30. Стратегія зміни курсу та реструктуризації. Передумови реалізації стратегії зміни курсу та реструктуризації. Підходи до реалізації стратегії зміни курсу та реструктуризації.
31. Стратегія міжнародної диверсифікації. Стратегія глобалізації (просування на ринки стандартизованих товарів і послуг).
32. Франчайзингова схема реалізації стратегії міжнародної диверсифікації.
33. Особливості стратегічного управління диверсифікованим підприємством. Концерни та конгломерати. Стратегічне управління концерном.
34. Стратегічний план і його розробка.
35. Наступальні стратегії: наступ на сильні сторони конкурента, наступ на слабкі сторони конкурента, багатоплановий наступ, захоплення стратегічних рубежів, партизанський напад, попереджувальні дії. Оборонні стратегії.
36. Стратегія вертикальної інтеграції. «Довжина шляху» підприємства між сировиною і доставленим покупцю готовим товаром.
37. Стратегії для лідерів: «Кращий захист – це напад», стратегія укріплення і захисту, стратегія демонстрації сили.
38. Стратегії для підприємств, які слідує за лідером: стратегії для сильних підприємств (стратегія вакантної ніші, стратегія спеціалізації, стратегія виключних відмінностей, стратегія спокійного слідування, стратегія зростання шляхом придбань, стратегія відмінного від конкурентів іміджу).
39. Стратегії для слабких підприємств (оборонна стратегія, стратегія агресивного захисту, стратегія негайного виходу з бізнесу шляхом продажу чи ліквідації підприємства, стратегія зняття врожаю, комбінація усіх або частини заходів).
40. Стратегії конкуренції на різних етапах життєвого циклу галузі.