Питання для самостійного опрацювання

1. Двовимірні матриці у портфельному аналізі.

2. Внесок М. Портера у дослідження конкурентоспроможності.

3. Цілі та результати стратегії цінового лідерства.

4. Сучасні підходи до диференціації.

Основні поняття та терміни

- «болото»;

- «підприємства-віоленти»;

- аналіз бізнес-портфеля підприємства;

- висновок з моделі Портера;

- диференціація;

- корпоративний портфель продукції;

- маркетингове управління СГП;

- мета організації стратегічних бізнес-одиниць;

- переваги та ризики стратегії диференціації;

- переваги та ризики стратегії концентрації;

- переваги та ризики стратегії цінового лідерства;

- ринкова сила;

- стратегічна модель Портера;

- стратегія диференціації;

- стратегія концентрації;

- стратегія цінового лідерства.

Тести для поглиблення знань і самоконтролю

1. Стратегічна бізнес-одиниця – це:

1) будь-яка організаційна одиниця, що має свою стратегію бізнесу та менеджера, який відповідає за отримання прибутку;

2) сукупність стратегічних напрямків бізнесу, що мають значні відмінності один від одного з точки зору, цільового ринку;

3) організаційна структура, що займається стратегічним плануванням і контролем виробничих процесів з метою максимізації прибутку;

4) усі відповіді правильні.

2. Що являє собою аналіз бізнес-портфеля підприємства у стратегічному маркетингу?

1) оцінка конкурентів та їхніх перспектив;

2) розподіл діяльності за окремими стратегіями щодо товарів та ринків;

3) дослідження темпів зміни ринку та їх впливу на підприємство;

4) всі відповіді правильні.

3. Що дає для підприємства застосування портфельного аналізу?

1) згорнути старі стратегії;

2) доінвестування неефективних проектів;

3) виявити потенційні можливості ринку;

4) всі відповіді правильні.

4. Який процес відносять до маркетингового управління стратегічними бізнес-одиницями:

1) ефективне управління асортиментом з урахуванням їх життєвих циклів;

2) модернізація або модифікація товарів, що випускаються;

3) управління та розподіл ресурсів за видами продукції;

4) усі відповіді правильні.

5. Сукупність напрямків бізнесу, що мають значні відмінності один від одного (наприклад, з погляду технології чи цільового ринку) і яким характерні наявність конкурентів на певних сегментах ринку, а стратегічне планування та контроль здійснюється з метою максимізації прибутку називають:

1) стратегічною бізнес-одиницею;

2) товарним асортиментом;

3) конкурентною структурою;

4) корпоративний портфель продукції.

6. Метою організації стратегічних бізнес-одиниць є:

1) забезпечення виживання всіх стратегічних господарських підрозділів;

2) розроблення й реалізація самостійних стратегій на основі стратегічних цілей, стратегій і пріоритетів, супроводжувані відповідним фінансуванням;

3) пошук ідей для товарів-новинок;

4) напрями найкращого застосування інвестицій у довготривалому періоді.

7. Основним завданням маркетингового управління портфелем бізнесу фірми є:

1) розподілення ресурсів між стратегічними господарськими підрозділами фірми;

2) визначення напрямів стратегічного розвитку стратегічних господарських підрозділів;

3) зменшення стратегічної вразливості портфеля бізнесу фірми;

4) всі відповіді правильні.

8. Згідно стратегічної моделі М.Портера, витрати виробництва й продажу продукції, унікальність товару та сфера конкуренції визначають:

1) стійкість позицій організації на ринку;

2) місткість компанії на ринку;

3) конкурентну позицію компанії;

4) перспективи розвитку підприємства.

9. Згідно моделі М.Портера конкурентну перевагу можна визначити за такими показниками:

1) продуктивність і ринкова сила;

2) відносна частка ринку і ринкова сила;

3) темпи зростання ринку, конкурентоспроможність і рентабельність;

4) привабливість ринку та конкурентоспроможність.

10. Майкл Портер прийшов до висновку, що подолання природних труднощів при правильній стратегії призводить до:

1) збільшення прибутків;

2) зростання конкурентних переваг;

3) складної ринкової ситуації;

4) ефективної взаємодії всередині компанії.