

ТЕМА 2 КОНКУРЕНТНЕ СЕРЕДОВИЩЕ ПІДПРИЄМСТВА

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ

КОНТРОЛЬНІ ПИТАННЯ

1. Що являє собою конкурентне середовище підприємства?
2. На аналіз яких складових конкурентного середовища спрямована модель “П’яти сил конкуренції” М.Портера?
3. У яких формах реалізується державна політика в сфері регулювання конкуренції?
4. Які основні рушійні сили ринку звичайно ініціюють зміни умов конкуренції в галузі?
5. Які фактори впливають на інтенсивність суперництва між підприємствами (силу конкурентної боротьби)?
6. За допомогою яких методик і показників визначається рівень інтенсивності конкуренції на конкретному ринку?
7. За якими критеріями здійснюється типологізація конкурентів?
8. Охарактеризуйте підходи до аналізу конкурентів, виділіть їх переваги та недоліки
9. На яких об’єктах, на думку Майкла Портера, слід концентрувати увагу під час аналізу конкурентів?
10. У якій послідовності виконується аналіз конкурентів за допомогою карти стратегічних груп конкурентів?

ТЕСТОВІ ЗАВДАННЯ ДЛЯ ПЕРЕВІРКИ ЗНАНЬ

1. *З-поміж всіх конкурентних сил (за моделлю М. Портера) найбільший вплив здійснює:*

- a) суперництво між конкуруючими продавцями однієї галузі;
- b) конкуренція з боку товарів, що виробляються фірмами інших галузей, і що є гідними заміниками та конкурентоспроможні за ціною;
- c) загроза входу в галузь нових конкурентів.

2. *Сила впливу різноманітних груп споживачів на інтенсивність конкуренції є значною за наявності таких умов:*

- a) придбана продукція складає значну частину бюджету споживача, що робить його більш чутливим до змін цін, якості та інших комерційних характеристик виробу;
- b) відсутність ефективних заміників продукції, що постачається, зменшує можливість вибору і зменшує рівень вимог за характерами виробів, що постачаються;
- c) продукція, яку купують, не має суттєвого впливу на якість кінцевої продукції, яку виробляє споживач;
- d) всі відповіді вірні.

3. *Відповідно до Закону України "Про захист економічної конкуренції" суб'єкт господарювання займає монопольне (домінуюче) становище на ринку товару, якщо:*

- a) на цьому ринку у нього немає жодного конкурента;
- b) його частка на ринку товару перевищує 40 відсотків, якщо він не доведе, що зазнає значної конкуренції;
- c) його частка на ринку товару становить менше 35 відсотків, але він не зазнає значної конкуренції;
- d) сукупна частка не більше ніж двох суб'єктів господарювання, яким на одному ринку належать найбільші частки на ринку, перевищує 50 відсотків.

4. *Спростування неправдивих, неточних або неповних відомостей – це вид відповідальності:*

- a) за вчинення дій, визначених Законом як недобросовісна конкуренція;
- b) у разі встановлення факту неправомірного використання чужих позначень, рекламних матеріалів, упаковки;
- c) у разі встановлення факту дискредитації господарюючого суб'єкта (підприємця).

5. *Якщо коефіцієнт відносної концентрації $K > 1$:*

- a) ринок неконцентрований;
- b) ринок висококонцентрований;
- c) ринок низькоконцентрований.

6. *Показник дає можливість оцінити розподіл ринкових часток за допомогою суми квадратів ринкових часток конкурентів. Мова йде про:*

- a) індекс концентрації;
- b) індекс Херфіндаля;
- c) індекс Херфіндаля—Хіршмана;
- d) вірна відповідь відсутня.

7. *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:*

- a) показник ентропії;
- b) індекс монополістичної влади А. Лернера;
- c) індекс Холла—Тайдмана.

8. *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:*

- a) частка «свідомості»;
- b) частка «голосу»;
- c) вірна відповідь відсутня.

9. В основі виокремлення параметричних, товарних, марочних конкурентів та конкурентів бажань лежить така класифікаційна ознака, як:

- a) тип потреб, що задовольняються на ринку продукції основних фірм-конкурентів;
- b) характер впливу діяльності конкурента на підприємство
- c) тип споживачів і товарів, що їм пропонуються;
- d) різниця у продукції.

10. Чи вірним є твердження, що встановлення стратегічної групи конкурентів зводиться до визначення відмінностей між ними, де найважливішим критерієм є розмір ринкової частки підприємств?

- a) так;
- b) ні;
- c) за певних умов.