

ТЕСТОВЫЕ ЗАДАНИЯ ДЛЯ САМОПРОВЕРКИ И САМОКОНТРОЛЯ

1. Из представленных определений выберите то, которое соответствует понятию «конкурентоспособность страны»:

а) способность компаний, отраслей, регионов и наций обеспечивать сравнительно высокий уровень доходов и заработной платы, оставаясь открытыми для международной конкуренции;

б) способность экономики страны достигать высоких темпов экономического роста, устойчивых в среднесрочной перспективе, участвовать в международной торговле, удерживать и расширять определенные сегменты на мировых рынках, производить продукцию, соответствующую мировым образцам, обеспечивать высокий уровень доходов и заработной платы;

с) возможность научно-технического развития и эффективная отдача инвестиций.

2. Укажите, что из представленного является формой конкуренции:

а) предметная;

б) ожидаемая;

с) потенциальная.

3. Укажите силы конкуренции (по М. Портеру), определяющие интенсивность конкуренции на конкретном рынке:

а) поставщики;

б) покупатели;

с) конкуренты;

д) товары-заменители;

е) взаимодополняющие товары;

ф) маркетинговая среда.

4. Продолжите фразу: «Олигополия — это...

а) ...конкурентная ситуация на рынке, когда множество фирм продают одинаковые товары»;

б) ...положение на рынке товаров и услуг, характеризующееся наличием только одного продавца»;

с) ...рынок, где функционирует сравнительно большое число предприятий, производящих единую по назначению продукцию, которая отличается от товаров-конкурентов каким-либо специфическим свойством»;

д) ...тип рынка, при котором небольшое количество крупных компаний контролирует производство и сбыт определенных товаров и ведет неценовую конкуренцию».

5. Усиление интенсивности конкуренции наблюдается, если на рынке функционируют:

а) пять равномогущих организаций (с примерно одинаковыми рыночными долями);

б) организации, рыночные доли которых сильно отличаются;

с) большое число организаций, рыночные доли которых не превышают 1%.

6. Какое из нижеприведенных определений соответствует понятию «монополистическая конкуренция»?

а) конкурентная ситуация на рынке, когда множество организаций продают одинаковые товары;

б) положение на рынке товаров и услуг, характеризующееся наличием только одного продавца;

с) рынок, где функционирует сравнительно большое число предприятий, производящих единую по назначению продукцию, которая отличается от товаров-конкурентов каким-либо специфическим свойством;

д) тип рынка, при котором небольшое количество крупных компаний контролирует производство и сбыт определенных товаров и ведет неценовую конкуренцию.

7. Из приведенных показателей выберите те, которые относятся к стоимостным при оценке конкурентоспособности продукции:

- а) эстетические;
- б) функциональное назначение;
- с) экологические;
- д) расходы на утилизацию;
- е) взаимозаменяемость и совместимость;
- ф) условия поставок и платежей;
- г) расходы на транспортировку;
- h) цена товара.

8. Статическая концепция конкуренции предполагает, что:

- а) соперничество осуществляется сугубо экономическими методами;
- б) фирмы используют методы борьбы, воспроизводящиеся в неизменном виде;
- с) конкурентные условия не предписывают участника модель поведения, а являются базой для многообразия поведенческих решений;

9. В отрасли действует четыре фирмы, доля каждой соответственно составляет 17%, 13%, 50% и 20%. Определите тип рынка в зависимости от концентрации власти в этой отрасли:

- а) высококонцентрированный;
- б) низкоконцентрированный;
- с) умеренноконцентрированный.

10. Расставьте в правильной последовательности этапы оценки конкурентоспособности товара на основе смешанного метода:

- а) определение групповых индексов конкурентоспособности товаров; (3)
- б) выбор товара-образца; (1)
- с) определение единичных индексов конкурентоспособности товаров; (2)
- д) определение обобщающего индекса конкурентоспособности товара. (4)

11. Автором высказывания «Каждый конкурент, стремясь выделиться на рынке, старается дифференцировать свой продукт и создать субрынок, на котором он выступит как частичный монополист, регулирующий цену» является:

- а) А. Маршалл
- б) А. Смит
- с) Э. Чемберлин

12. Видовая конкуренция является следствием того, что:

- а) потребность может быть удовлетворена разнообразными способами
- б) организации выпускают идентичные товары, отличающиеся лишь по уровню качества
- с) существуют товары, предназначенные для одной цели, но отличающиеся друг от друга по каким-то существенным параметрам

13. Ценовая конкуренция может быть:

- а) прямой и скрытой

- b) прямой и обратной
- c) основной и косвенной

14. Статическая конкуренция предполагает, что:

- a) соперничество осуществляется сугубо экономическими методами
- b) фирмы используют методы борьбы, воспроизводящиеся в неизменном виде
- c) конкурентные условия не предписывают участника модель поведения, а являются базой для многообразия поведенческих решений

15. Господство в отрасли нескольких крупных предприятий характерно для:

- a) монопольного рынка
- b) олигопольного рынка
- c) рынка совершенной конкуренции

16. Высокий уровень конкуренции присутствует в:

- a) сельской местности
- b) крупных городах
- c) небольших городах

17. Индекс Херфиндаля-Хиршмана определяется:

- a) как общая доля четырех первых организаций рынка
- b) как сумма квадратов долей предприятий, действующих на рынке
- c) на основе ранга организаций на рынке

18. Функция мотивации конкуренции означает, что:

- a) для предпринимателя конкуренция означает шанс и риск одновременно
- b) для того, чтобы устоять в конкурентной борьбе, предприниматель должен предлагать изделия, которые предпочитает потребитель
- c) конкуренция ограничивает и контролирует экономическую силу каждого предприятия

19. К видам ценовой конкуренции не относятся:

- a) конкуренция между фирмами, реализующими идентичные товары
- b) увеличение ассортиментного разнообразия товаров
- c) конкуренция между продавцами и покупателями
- d) нет верного ответа

20. Хозяйственная конкуренция – это:

- a) соперничество, которое ставит перед собой сугубо экономические цели
- b) нацеленность организации на улучшение собственной рыночной позиции
- c) конкуренция, которая носит сугубо "мирный" характер
- d) соперничество, которое преследует как экономические, так и неэкономические цели

21. Объективный закон, в соответствии с которым в мире происходит процесс увеличения видов (наименований), разновидностей, изменение структуры (в пользу качества) потребительских товаров и услуг и их качества – это:

- a) закон возвышения потребностей;
- b) закон спроса и предложения;
- c) Закон эффекта масштаба производства.

22. Согласно какому закону с увеличением программы выпуска продукции или выполнения какой-либо работы (до оптимальной величины) условно-постоянные (или косвенные)

расходы, к которым относятся общезаводские и общецеховые, на единицу продукции уменьшаются, снижая соответственно ее себестоимость?

- a) закон возвышения потребностей;
- b) закон спроса и предложения;
- c) Закон эффекта масштаба производства.

23. Какое внутреннее конкурентное преимущество относят к группе ресурсных?

- a) миссия организации
- b) поставщики
- c) оборудование
- d) менеджеры
- e) доступ к рынку ресурсов, необходимых организации
- f) финансовая устойчивость функционирования организации

24. На каком ярусе пирамиды конкурентоспособности (снизу вверх) находится конкурентоспособность товара?

- a) на первом
- b) на втором
- c) на третьем
- d) на четвертом
- e) на пятом

25. Согласно модели анализа «пяти сил» конкурентной среды М. Портера ключевыми силами являются:

- a) действующие конкуренты, власть покупателей, власть поставщиков, комплементарные товары, рыночная среда;
- b) угроза проникновения на рынок потенциальных конкурентов, власть покупателей, власть поставщиков, угрозы со стороны заменителей товара или услуги, уровень конкурентной борьбы между традиционными конкурентами;
- c) внешние факторы конкурентоспособности, конкурентный потенциал, власть поставщиков, власть потребителей, угрозы со стороны заменителей товара или услуги.

26. К какой группе показателей конкурентоспособности продукции относятся антропометрические показатели?

- a) качественные
- b) стоимостные
- c) организационно-коммерческие

27. В структуру конкурентного потенциала не входит:

- a) маркетинговый потенциал;
- b) рыночный потенциал;
- c) инновационный потенциал;
- d) производственный потенциал;
- e) творческий потенциал;
- f) ресурсный потенциал.

28. Является ли высокий уровень национального спроса на продукцию фирмы конкурентным преимуществом организации?

- a) да
- b) нет

29. К внешним конкурентным преимуществам относятся:

- a) информационные;
- b) традиционные;
- c) логистические;
- d) конъюнктурные;
- e) имиджевые;
- f) посреднические
- g) сбытовые.

30. Основными источниками конкурентоспособности организации являются:

- a) наличие производственных ресурсов;
- b) уровень и динамика цен на все используемые ресурсы производства и готовую продукцию;
- c) операционная эффективность и стратегическое позиционирование;
- d) экономическая политика государства и степень ее воздействия на рыночного контрагента.

31. Какое внутреннее конкурентное преимущество относят к группе управленческих?

- a) миссия организации
- b) поставщики
- c) оборудование
- d) менеджеры
- e) доступ к рынку ресурсов, необходимых организации
- f) финансовая устойчивость функционирования организации

32. Конкурентный потенциал региона – это:

- a) состояние его внешней и внутренней среды, содействующей или противодействующей конкуренции;
- b) степень готовности региона к обеспечению нормальной конкуренции и устойчивого ее функционирования в рамках региональных рынков;
- c) его конкурентные преимущества на рынках, обусловленные природными, экономическими, инновационными, экологическими, социальными ресурсами.

33. Какое внутреннее конкурентное преимущество относят к группе структурных?

- a) миссия организации
- b) поставщики
- c) оборудование
- d) менеджеры
- e) доступ к рынку ресурсов, необходимых организации
- f) финансовая устойчивость функционирования организации

34. Является ли высокая обеспеченность факторами производства конкурентным преимуществом организации?

- a) да
- b) нет

35. Какое внутреннее конкурентное преимущество относят к группе конъюнктурных?

- a) миссия организации
- b) поставщики
- c) оборудование
- d) менеджеры
- e) доступ к рынку ресурсов, необходимых организации
- f) финансовая устойчивость функционирования организации

36. Является ли обладание уникальными знаниями конкурентным преимуществом организации?

- a) да
- b) нет

37. Из каких фаз состоит жизненный цикл конкурентного преимущества?

- a) внедрение, рост, зрелость, спад
- b) формирование, использование и развитие, разрушение
- c) разработка, реализация, утилизация

38. Основными причинами утраты конкурентных преимуществ являются:

- a) ухудшение факторных условий
- b) улучшение факторных условий
- c) снижение инновационного потенциала организации
- d) рост инвестиционного потенциала организации
- e) низкие доходы основных групп населения страны
- f) рост благосостояния населения

39. Какими группами показателей характеризуется конкурентоспособность товара?

- a) стоимостными и экономическими
- b) качественными и стоимостными
- c) качественными, стоимостными и организационно-коммерческими
- d) потребительскими и эксплуатационными

40. Какое внутреннее конкурентное преимущество относят к группе технических?

- a) миссия организации
- b) поставщики
- c) оборудование
- d) менеджеры
- e) доступ к рынку ресурсов, необходимых организации
- f) финансовая устойчивость функционирования организации

41. Назовите графические методы оценки конкурентоспособности товара:

- a) модель с идеальной точкой
- b) метод радара
- c) метод Розенберга
- d) многоугольник конкурентоспособности

42. К какой группе показателей конкурентоспособности продукции относится показатель надежности?

- a) качественные
- b) стоимостные
- c) организационно-коммерческие

43. Какой экономический закон предполагает экономию времени при выполнении очередной единицы продукции; повышение качества продукции путем приобретения работниками рациональных приемов и методов труда; увеличение объемов производства за счет перевыполнения норм времени?

- a) закон спроса и предложения
- b) закон экономии времени
- c) закон эффекта знаний и опыта
- d) закон эффекта масштаба производства

44. Какой экономический закон предполагает, что с увеличением программы выпуска продукции или выполнения какой-либо работы (до оптимальной величины) условно-постоянные расходы на единицу продукции уменьшаются, снижая соответственно ее себестоимость?

- a) закон спроса и предложения
- b) закон экономии времени
- c) закон эффекта знаний и опыта
- d) закон эффекта масштаба производства

45. Рынок совершенной конкуренции:

- a) отличается множеством покупателей и продавцов
- b) господствуют несколько крупных фирм
- c) регулируется правительством
- d) товар производит один продавец

46. Совершенная конкуренция схожа с монополистической:

- a) существуют труднопреодолимые барьеры для входа в отрасль
- b) цены определяются рынком
- c) существует ценовая политика
- d) относительно лёгкий вход и выход на рынок

47. Какие признаки характерны для рынка олигополистической конкуренции?

- a) никто не может в одиночку повлиять на ситуацию на рынке
- b) вход на рынок свободный
- c) каждый из продавцов предпочитает действовать, ориентируясь на поведение других
- d) вход на рынок для новых производителей затруднён

48. Рынок огурцов является рынком:

- a) монополистическим
- b) монополистической конкуренции
- c) олигополистическим рынком
- d) рынком совершенной конкуренции

49. Рынок пассажирского самолётостроения является рынком:

- a) монополистическим
- b) монополистической конкуренции
- c) олигополистическим рынком
- d) рынком совершенной конкуренции

50. «Мои дела идут отлично. Я выпускаю уникальный товар, у которого нет близких заменителей. На этот товар я сам назначаю цену, и цена эта достаточно высокая». Определите, в какой рыночной структуре (виде конкуренции) работает предприниматель.

- a) монополия
- b) монополистическая конкуренция

- c) олигополистический рынок
- d) рынок совершенной конкуренции

51. «У меня может быть как стандартный, так и дифференцированный товар. Я и мои конкуренты придерживаемся политики жесткой цены, ведь нас так мало в отрасли». Определите, в какой рыночной структуре (виде конкуренции) работает предприниматель.

- a) монополия
- b) монополистическая конкуренция
- c) олигополистический рынок
- d) рынок совершенной конкуренции

52. Рынок бытовой техники является рынком:

- a) монополистическим
- b) монополистической конкуренции
- c) олигополистическим рынком
- d) рынком совершенной конкуренции

53. Рынок услуг по железнодорожной перевозке является рынком:

- a) монополистическим
- b) монополистической конкуренции
- c) олигополистическим рынком
- d) рынком совершенной конкуренции