

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
САМАРСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ГОСУДАРСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ
«МЕЖДУНАРОДНЫЙ ИНСТИТУТ РЫНКА»

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебной работе и
качеству образования

_____ И. А. Долгова

16 апреля 2025 г.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДИСЦИПЛИНЫ

ПРОИЗВОДСТВЕННЫЕ СТРАТЕГИИ

Направление подготовки:	38.04.02 Менеджмент
Профиль подготовки:	Стратегический менеджмент
Квалификация:	магистр
Форма обучения:	очная, заочная
Год начала подготовки:	2025

Самара
2025

1. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА, СООТНЕСЁННЫЕ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Код и наименование профессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции	Результаты обучения по дисциплинам (модулям) и практикам	Вид аттестации и оценочных средств
ПК-2. Способен управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников в процессе разработки стратегии организации	ПК-2.И-3. Руководит разработкой основных положений функциональных стратегий организации	ПК-2.И-3.3-1. Знает передовой отечественный и зарубежный опыт в области стратегического и тактического планирования	Текущий контроль: устный опрос, решение задач промежуточный тест Промежуточная аттестация: контрольное задание
		ПК-2.И-3.У-1. Умеет организовать работу по формированию иерархии планов на стратегическом и тактическом горизонтах	Текущий контроль: устный опрос, решение задач промежуточный тест Промежуточная аттестация: контрольное задание
		ПК-2.И-3.У-2. Умеет подводить итоги работы и оценивать деятельность подразделений организации в ходе разработки функциональных стратегий	Текущий контроль: устный опрос, решение задач промежуточный тест Промежуточная аттестация: контрольное задание
ПК-3. Способен оценивать потенциал и разрабатывать стратегию управления изменениями в организации в условиях конкурентной среды	ПК-3.И-1. Понимает основные концепции стратегического развития компании, критерии принятия управленческих решений в условиях конкурентной среды	ПК-3.И-1.3-1. Знает предметную область и специфику деятельности организации в объеме, достаточном для решения задач бизнес-анализа	Текущий контроль: устный опрос, решение задач промежуточный тест Промежуточная аттестация: контрольное задание
	ПК-3.И-2. Оценивает стратегические альтернативы компании с учетом на основе бизнес-анализа потенциальных возможностей организации	ПК-3.И-2.У-3. Умеет анализировать внутренние (внешние) факторы и условия, влияющие на деятельность организации	Текущий контроль: устный опрос, решение задач промежуточный тест Промежуточная аттестация: контрольное задание
	ПК-3.И-3. Разрабатывает корпоративную и	ПК-3.И-3.3-1. Знает технологию разработки стратегии на каждом	Текущий контроль: устный опрос, решение задач промежуточный

функциональные стратегии, программы организационного развития и изменений и обеспечивает их реализацию	уровне принятия стратегических решений в организации	тест Промежуточная аттестация: контрольное задание
	ПК-3.И-3.У-2. Умеет моделировать объем и границы работ по реализации стратегии	Текущий контроль: устный опрос, решение задач промежуточный тест Промежуточная аттестация: контрольное задание
	ПК-3.И-3.У-3. Умеет выбирать стратегию, действуя самостоятельно или в составе группы экспертов	Текущий контроль: устный опрос, решение задач промежуточный тест Промежуточная аттестация: контрольное задание

2. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ

2.1. Вопросы для подготовки к семинарским/практическим занятиям

Раздел 1

Введение в дисциплину «Производственные стратегии»

1. Роль и место дисциплины в образовательной траектории обучающихся по ОПОП ВО
2. Понятия «стратегия», «управление стратегией», «управление производственной стратегией», «управление производственной стратегией организации»
3. Основные свойства, цели и задачи производственной стратегии организации

Раздел 2

Формы и содержание производственной стратегии организациях

1. Системный, процессный, ситуационный и функциональный подходы в формировании производственной стратегии организации
2. Основные атрибуты производственной стратегии организации: политика, тактика, процедуры

Раздел 3

Основные приоритеты в рамках производственной стратегии организациях

1. Понятия «приоритет», «стратегический приоритет»
2. Основные виды производственных приоритетов организации
3. Основные источники формирования производственных приоритетов организации
4. Определение и состав приоритетов производственной стратегии организациях
5. Содержательная интерпретация результатов исследования выбранных приоритетов производственной стратегии

Раздел 4

Формы и содержание производственной политики организации

1. Системный, процессный, ситуационный и функциональный подходы в формировании производственной политики организации
2. Место менеджмента в структуре производственной политики организации

Раздел 5

Выбор и обоснование производственной стратегии организации

1. Модель формирования производственной стратегии организациях
2. Основные этапы моделирования производственной стратегии организациях
3. Критерии выбора инструментов при проектировании производственной стратегии организации
4. Важнейшие условия и направления развития производственной стратегии организации
5. Основные инструменты развития производственной стратегии организации: модели, методы, механизмы

Раздел 6

Технологизация разработки производственной стратегии организации

1. Понятия о структуре и содержания технологий решения управленческих задач
2. Основные формы технологий управления
3. Методы выполнения процедур, методы принятия решений, элементы менеджмента в процессах разработки производственной стратегии организации
4. Основные экономические результаты деятельности организации в рамках выбранной производственной стратегии
5. Содержательная интерпретация результатов анализа экономических результатов деятельности организации на основе выбранной производственной стратегии

Практические задания

Практическое задание 1.

3. Заполнить документально содержание организационных изменений трех подпроцессов производственной деятельности организации. Задание выполняется по представленной ниже форме (табл. 1).

Время выполнения задания – 30 минут.

Таблица 1. Динамика изменений подпроцессов производственной деятельности организации

Подпроцесс производственно-го менеджмента	Содержание подпроцесса		Инновационное предложение	Ожидаемые результаты
	Существующее	Предлагается		
1. Управление портфелем заказов	Формирование портфеля на основе рекламы	Установление личных контактов с клиентами	Формирование клиентской базы	Увеличение числа договоров на производство продукции
2. Управление послепродажным обслуживанием	Фиксирование число дефектов продукции	Расширенное число дефектов продукции	Приобретение нового оборудования	Увеличение числа клиентов
3. Управление незавершенным производством (НЗП)	Неполный учет НЗП	Полная пооперационная регистрация НЗП	Полная автоматизация учета НЗП	Отсутствие потерь в процессе производства

Примечание. Для заданий предлагаются следующие подпроцессы производственного менеджмента: управление проектированием продукта/услуги, управление проектированием операционного процесса, управление производственными мощностями, управление подготовкой производственной деятельности, управление поставками ресурсов, управление запасами, управление производственными программами, графиками, заданиями изготовления продукции (выполнения услуг), управление производственными дефектами, управление использованием технических средств, управление готовой продукцией, управление продажами, управление логистическими операциями.

Инновационные предложения должны привести к желаемому результату.

Ожидаемые результаты – это показатели или признаки, которые существенно изменяются при использовании указанных средств после введения данного мероприятия. Например, освоение новой профессии, приобретение умения использовать новую методику, изменение организационной структуры.

Задание 2.

Разработайте содержание атрибутов производственной стратегии по представленной ниже форме (табл. 1) для трех предприятий. Время выполнения задания – 30 минут.

Таблица 1. Характеристика атрибутов стратегии предприятия

Наименование предприятия	Стратегия	Тактика	Политика	Процедура

Содержание параметров колонок.

Стратегия – это долгосрочное направленное функционирование и/или развитие предприятия, его деятельности, системы отношений внутри него, а также положение предприятия в окружающей среде, приводящей к её целям.

Политика – это основные положения (концепции) для дальнейшего разработки и принятия управленческих решений по реализации стратегии по отдельным процессам предприятия.

Тактика – это совокупность путей (вариантов решений) и инструментов, возможных в данный момент времени для реализации управленческим персоналом стратегии и политики предприятия.

Процедуры – Это совокупность действий, реализуемых в рамках процесса выполнения тактики (технологии решения управленческих задач) предприятия.

В качестве предприятий для определения параметров предлагаются: мебельная фабрика, автозавод, химчистка, парфюмерная фабрика, пекарня, агрофирма, фармацевтическая фабрика, киностудия.

Критерии оценки работы на практическом занятии

Критерии	Максимальное количество баллов за занятие
Устный опрос, коллоквиум	
Основные теоретические положения по вопросу раскрыты. Имеются элементы обоснования выводов. Имеются элементы систематизации информации, факты применения профессиональной терминологии. Очевидно использование источников рекомендованной литературы.	5 баллов
Решение задач, кейсов, заданий, выполнение лабораторных работ	
Верно выполненное практическое (лабораторное) задание	5 баллов

2.2. Тесты для текущего контроля

Образцы тестов

- 1.1. Какие термины не относятся к атрибутам производственной стратегии
- a. процедуры
 - b. политика
 - c. маркетинг
 - d. тактика
- 1.2. Что является целью стратегии производственного процесса
- a. определение возможностей повышения эффективности производственных процессов
 - b. определение норм времени и простоев
 - c. определение уровня мотивации сотрудников
 - d. изучение потребительских предпочтений
- 1.3. Что не относится к подпроцессам производственной деятельности
- a. управление послепродажным обслуживанием
 - b. управление движением продукции
 - c. управление незавершенным производством
 - d. управление исследованием потребителей
- 1.4. Какой подпроцесс отвечает за процесс формирования возможностей по выпуску продукции и оказанию услуг
- a. управление производственными мощностями
 - b. управление подготовкой производства
 - c. управление производственной программой
 - d. управление производственными графиками
- 1.5. Что не относится к типам технологических процессов в производстве
- a. процессы переработки
 - b. процессы изготовления
 - c. сборочные процессы
 - d. процесс тестирования
- Выбрать ВСЕ правильные ответы (больше одного)**
- 1.6. Производственная стратегия это
- a. совокупность направлений деятельности предприятия
 - b. тактические решения
 - c. текущие решения
 - d. инновационные решения
- 1.7. К приоритетам производственных стратегий относится
- a. качество и надежность продукции
 - b. издержки производства
 - c. надежность поставок
 - d. срок эксплуатации
- 1.8. Какие из нижеперечисленных подсистем относятся к подсистемам производственной системы
- a. перерабатывающая подсистема
 - b. подсистема обеспечения
 - c. подсистема планирования и контроля
 - d. подсистема координации производства

Заполнить пропуски

- 1.9. Основные факторы, влияющие на производственные приоритеты (назовите не менее трех)
-
- 1.10. Отличительные признаки выполнения услуг потребителю (назовите не менее трех)
- 1.11. Что не является целью производственной политики предприятия
- a. определение инструментов повышения эффективности производства
 - b. определение норм основных процессов
 - c. определение уровня мотивации сотрудников
 - d. оценка потребительских предпочтений
- 1.12. Что не относится к подпроцессам, формирующим производственную стратегию предприятия
- a. управление производственными мощностями
 - b. управление портфелем заказов
 - c. управление подготовкой производства
 - d. управление позиционированием продукции
- 1.13. Что не является целью производственной политики предприятия
- a. определение инструментов повышения эффективности производства
 - b. определение норм основных процессов
 - c. определение уровня мотивации сотрудников
 - d. оценка потребительских предпочтений
- 1.14. Что не относится к факторам, формирующим производственную тактику предприятия
- a. процессы переработки
 - b. процессы изготовления
 - c. сборочные процессы
 - d. процесс тестирования
- 1.15. Какие факторы не относятся к атрибутам производственной политики
- a. процедуры
 - b. инструменты
 - c. персонал
 - d. тактика
- 1.16. Какие из нижеперечисленных подсистем относятся к подсистемам производственной системы
- a. подсистема нормирования производства
 - b. подсистема обеспечения
 - c. перерабатывающая подсистема
 - d. подсистема координации производства
- 1.17. К современным приоритетам производственной стратегии предприятия относится
- a. современная технология
 - b. надежность поставок
 - c. срок эксплуатации
 - d. срок внедрения инноваций
- 1.18. Перечислите подсистемы, которые относятся к производственной системе предприятия
- a. подсистема управления маркетингом
 - b. подсистема управления персоналом
 - c. подсистема планирования и контроля
 - d. перерабатывающая подсистема

1.19. Назовите и обоснуйте предложения по развитию производственной стратегии предприятия (не менее трех)

1.20. Назовите основные экономические результаты, ожидаемые от предложений по развитию производственной стратегии предприятия (не менее трех)

Шкала и критерии оценки текущего тестирования

Число правильных ответов	Оценка
90-100% правильных ответов	Оценка «отлично»
70-89% правильных ответов	Оценка «хорошо»
50-69% правильных ответов	Оценка «удовлетворительно»
Менее 50% правильных ответов	Оценка «неудовлетворительно»

3. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

3.1. Банк контрольных заданий (с указанием компетенции)

БЛОК 1 – ПРОВЕРКА ЗНАНИЙ (ПК-2.И-3.3-1. ПК-3.И-1.3-1. ПК-3.И-3.3-1)

1.1. ПК-2.И-3.3-1. Какой тип производственной стратегии предполагает производство небольших партий товаров по индивидуальным заказам?

- А. Массовое производство
- Б. Собственное производство
- В. Производство на заказ
- Г. Серийное производство

1.2. ПК-3.И-1.3-1. Какое преимущество имеет массовое производство?

- А. Высокая гибкость
- Б. Низкие затраты на единицу продукции
- В. Высокое качество индивидуальных изделий
- Г. Быстрая реакция на изменения спроса

1.3. ПК-3.И-3.3-1 Что такое стратегия "достигнуть и поддерживать"?

- А. Фокус на инновациях
- Б. Стратегия минимизации затрат
- В. Ориентир на постоянное улучшение процессов
- Г. Совместное производство с партнерами

1.4. ПК-2.И-3.3-1. Какой из этих факторов является ключевым при выборе производственной стратегии?

- А. Рентабельность
- Б. Уровень автоматизации
- В. Качество продукта
- Г. Все вышеперечисленное

1.5. ПК-3.И-1.3-1. Что подразумевает под собой концепция "Lean Manufacturing"?

- А. Увеличение объемов производства
- Б. Снижение отходов и увеличение ценности для клиента

- В. Массовое производство стандартных товаров
Г. Использование старого оборудования

1.6. ПК-3.И-3.3-1 Какую из следующих характеристик имеет гибкость производственной стратегии?

- А. Высокие фиксированные затраты
Б. Низкая скорость производства
В. Способность быстро адаптироваться к изменениям спроса
Г. Ограниченное производство

1.7. ПК-2.И-3.3-1. К какому типу продукции более всего подходит стратегия "букета услуг"?

- А. Продукты с фиксированным спросом
Б. Услуги, которые можно адаптировать под клиента
В. Стандартные массовые товары
Г. Элитные товары класса "люкс"

1.8. ПК-3.И-1.3-1. Какова основная цель стратегии дифференциации?

- А. Снижение производственных затрат
Б. Предложение уникальных характеристик продукта для выделения на рынке
В. Оптимизация производственных процессов
Г. Расширение продуктового ассортимента

1.9. ПК-3.И-3.3-1 Что отличает стратегию "make-to-stock" от "make-to-order"?

- А. Скорость производства
Б. Уровень автоматизации
В. Процесс управления запасами
Г. Гибкость в адаптации продукта

1.10. ПК-2.И-3.3-1. Какова роль анализа конкурентоспособности в производственной стратегии?

- А. Не влияет на производство
Б. Помогает выявить слабые стороны в производственном процессе
В. Определяет, сколько продукции необходимо произвести
Г. Помогает в выборе поставщиков

БЛОК 2 – ПРОВЕРКА УМЕНИЙ (ПК-2.И-3.У-1. ПК-2.И-3.У-2. ПК-3.И-2.У-3. ПК-3.И-3.У-2. ПК-3.И-3.У-3)

2.1. ПК-2.И-3.У-1. Установите соответствие между процессами управления производством и показателями эффективности этих процессов

А. Управление подготовкой менеджеров по производству	1. Уровень квалификации производственных управленцев
Б. Управление производственными мощностями	2. Уровень морального и физического производственного оборудования предприятия
В. Управление подготовкой производства	3. Уровень обеспеченности ресурсами процессов изготовления продукции предприятия
Г. Управление запасами ресурсов	4. Уровень инструментов измерения качества выпускаемой продукции предприятия

2.2. ПК-2.И-3.У-2. Установите соответствие между показателями производственных процессов и индикаторами

А. Способность организации поставлять продукцию в соответствии требованиями потребителя	1. надежность поставок
---	------------------------

Б. Способность выпускать продукцию быстрее других предприятий	2. качество и надежность продукции
В. Уровень затрат на изготовление продукции предприятия	3. издержки производства
Г. Изготовление продукции в соответствии со стандартами и техническими условиями	4. срок выполнения заказа

2.3. К-3.И-2.У-3. Установите соответствие между содержанием аналитических инструментов и их названиями

А. Выявление сильных сторон предприятия, позволяющие использовать возможности, предоставляемые внешней средой, для ликвидации слабых сторон организации и уменьшения действия угроз	1. SWOT-анализ
Б. Исследование наличия разрыва между целями организации и её возможностями, а также определение путей заполнения (ликвидации) разрыва	2. GAP-анализ
В. Комплексное изучение и измерение воздействия различных факторов на результативные показатели производства	3. факторный анализ
Г. Исследование конкурентоспособности предприятия во внешней среде	4. анализ «цепочки ценностей» М. Портера

2.4. ПК-3.И-3.У-2. Установите соответствие между подпроцессами производственной деятельности промышленного предприятия и инструментами анализа реализации производственной стратегии

А. Управление портфелем заказов	1. SWOT-анализ
Б.. Управление производственными мощностями	2.. GAP-анализ
В. Управление производственными дефектами	3.. факторный анализ
Г. Управление исследованием конкурентов	4. анализ «цепочки ценностей» М. Портера

2.5. ПК-3.И-3.У-3. Установите соответствие между процессами верхнего уровня в управлении производством и подпроцессами на детальном уровне декомпозиции

А. Постоянное повышение квалификации управленческих кадров предприятия	1. управление персоналом
Б. Периодическая смена морально и физически устаревшего производственного оборудования предприятия	2 управление качеством
В. Повышение точности измерений качества выпускаемой продукции предприятия	3..управление производством
Г. Модернизация технологических процессов на основе опыта других предприятий	4. управление информацией

2.6. ПК-2.И-3.У-1. Как реализация стратегии "Lean Manufacturing" может повлиять на эффективность производственного процесса?

2.7. ПК-2.И-3.У-2 В каких случаях компании следует выбрать стратегию дифференциации, а в каких — стратегию снижения затрат?

2.8.. ПК-3.И-2.У-3. Как глобализация экономики влияет на производственные стратегии современных предприятий?

2.9. ПК-3.И-3.У-3 Какое значение имеет анализ потребительского спроса для разработки производственных стратегий?

2.10. ПК-3.И-3.У-2. Расскажите о преимуществах и недостатках серийного производства по сравнению с массовым производством.

3.2. Ключи к контрольным заданиям

1.1.	В. Производство на заказ. Производство на заказ ориентировано на удовлетворение уникальных потребностей клиентов, что позволяет создавать товары в ограниченных объемах, часто адаптированных к специфическим требованиям.
1.2.	Б. Низкие затраты на единицу продукции. Массовое производство позволяет достигать экономии на масштабе, что снижает затраты на единицу конечного продукта благодаря большим объемам производства.
1.3.	В. Ориентир на постоянное улучшение процессов. Стратегия "достигнуть и поддерживать" акцентирует внимание на регулярном совершенствовании производственных процессов для поддержания конкурентоспособности.
1.4.	Г. Все вышеперечисленное. Все перечисленные факторы имеют критическое значение при выборе стратегии, так как они влияют на общую эффективность и успешность производства.
1.5.	Б. Снижение отходов и увеличение ценности для клиента. Lean Manufacturing направлен на оптимизацию процессов, минимизацию потерь и создание максимальной ценности продукта для клиента.
1.6.	В. Способность быстро адаптироваться к изменениям спроса. Гибкость производственной стратегии позволяет предприятиям оперативно изменять выпуск продукции в ответ на колебания рынка.
1.7.	Б. Услуги, которые можно адаптировать под клиента. Стратегия "букета услуг" подразумевает, что компании могут предлагать разнообразные услуги, настраиваемые под специфические предпочтения клиентов.
1.8.	Б. Предложение уникальных характеристик продукта для выделения на рынке. Стратегия дифференциации сосредоточена на создании уникальных и качественных продуктов, которые помогут выделиться в конкурентной среде.
1.9.	В. Процесс управления запасами. Стратегия "make-to-stock" предполагает создание запасов продукции на основе прогнозов продаж, в то время как "make-to-order" ориентирована на производство по конкретным заказам клиентов.
1.10	Б. Помогает выявить слабые стороны в производственном процессе. Анализ конкурентоспособности позволяет компаниям понять свои сильные и слабые стороны в контексте рынка, что влияет на стратегические решения в производственной деятельности.
2.1.	A1B2B4Г3
2.2.	A1B4B3Г2
2.3.	A1B2B3Г4
2.4.	A4B2B3Г1

2.5.	A1B3B2Г4
2.6.	<p>Стратегия "Lean Manufacturing" или бережливое производство фокусируется на максимизации ценности для клиента при минимизации потерь. Реализация этой стратегии позволяет значительно повысить эффективность производственных процессов. В частности, она включает в себя методы оптимизации текущих процессов, уменьшения времени производства и снижения затрат, что в конечном итоге улучшает операционную эффективность.</p> <p>Например, компания Toyota, которая является родиной концепции "Lean", использует систему Just-In-Time (JIT), которая снижает складские запасы и обеспечивает продукцию по мере необходимости. Это позволяет значительно сократить затраты на хранение и освободить капитал, который может быть использован в других областях. Кроме того, "Lean" нацелена на постоянное улучшение (Kaizen), что подразумевает активное вовлечение всех сотрудников в процесс оптимизации и выявления проблем, что ведет к улучшению качества продукции.</p> <p>Таким образом, реализация "Lean Manufacturing" помогает не только сократить затраты и время на производство, но и повысить качество продукции и удовлетворенность клиента, что в свою очередь ведёт к повышению конкурентоспособности на рынке.</p>
2.7.	<p>Стратегия дифференциации предполагает создание уникального предложения, которое позволяет выделять продукцию или услуги на фоне конкурентов. Эта стратегия обычно подходит для рынков с высокой конкуренцией и разнообразием потребительских предпочтений. Компании, которые могут предложить уникальные характеристики продукта, такие как инновационный дизайн, высокое качество или исключительный сервис (например, Apple с их совместимостью устройств и уникальным дизайном), получают возможность устанавливать более высокие цены и привлекать лояльных клиентов.</p> <p>Напротив, стратегия снижения затрат идеально подходит для компаний, работающих на высококонкурентных рынках, где цена является основным фактором выбора для потребителей. Здесь важно оптимизировать производственные процессы и снизить себестоимость, что позволяет оставаться конкурентоспособным. Примером такой компании является Walmart, которая достигает успеха благодаря эффективным цепочкам поставок и оптимизации операций, что позволяет ей предлагать низкие цены.</p> <p>Таким образом, выбор между стратегиями дифференциации и снижения затрат зависит от рыночной среды, особенностей продукта и потребностей целевой аудитории. Компании должны внимательно анализировать свои сильные и слабые стороны, а также динамику рынка, чтобы выбрать наиболее подходящую стратегию.</p>
2.8.	<p>Глобализация оказывает значительное влияние на производственные стратегии, формируя новые возможности и вызовы для компаний. Одним из основных положительных аспектов является возможность доступа к международным рынкам, что позволяет компаниям расширять свой бизнес и увеличивать объемы продаж. Это также дает возможность использовать ресурсы, труд и технологии из разных стран, что может снизить производственные затраты.</p> <p>С другой стороны, глобализация создает и новые риски. Компании сталкиваются с увеличенной конкуренцией как со стороны местных, так и зарубежных производителей. Это вынуждает предприятия постоянно оптимизировать свои производства, улучшать качество и предлагать конкурентоспособные цены. Также необходимо учитывать различные культурные, экономические и правовые аспекты, которые могут влиять на производственные процессы и цепочки поставок.</p> <p>Например, многие компании выбирают аутсорсинг производства в страны с низкими затратами на труд, такие как Китай или Индия, чтобы снизить себестоимость. Однако это также может привести к рискам, связанным с качеством продукции и задержками в поставках. В свете глобализации предприятия должны адаптировать свои производственные стратегии, учитывая все эти факторы, чтобы оставаться на плаву и успешно конкурировать на мировом рынке.</p>

2.9.	<p>Анализ потребительского спроса является ключевым элементом для разработки эффективных производственных стратегий. Он позволяет компаниям лучше понимать предпочтения и потребности своих клиентов, что в свою очередь влияет на решения о том, какие продукты производить, в каком объеме и когда запускать их в производство. Корректно выполненный анализ спроса помогает избежать рисков завышенных или заниженных ожиданий, позволяя более точно планировать ресурсы и сократить затраты на хранение и избыточные запасы.</p> <p>Например, компании Unilever и Procter & Gamble активно используют анализ потребительского спроса для определения новых трендов и предпочтений, что позволяет им адаптировать свои продуктовые линейки. Это включает в себя использование больших данных и аналитики для выявления паттернов покупок, что делает производство более адаптивным и ориентированным на потребителя.</p> <p>Следовательно, компании, инвестирующие в анализ потребительского спроса, получают значительное конкурентное преимущество, так как способны не только реагировать на текущие потребности рынка, но и предвосхищать будущее поведение клиентов, что открывает новые возможности для роста.</p>
2.10.	<p>Серийное и массовое производство представляют собой две распространенные модели производственной стратегии, каждая из которых обладает своими преимуществами и недостатками. Серийное производство подразумевает выпуск ограниченного количества единиц продукции за раз, что позволяет компании гибко реагировать на изменения спроса и предпочтений клиентов. Это также позволяет внедрять инновации и модификации в продукцию без значительных затрат, поскольку необходимая перестройка оборудования и процессов не так обременительна.</p> <p>Тем не менее, серийное производство может привести к увеличению себестоимости на единицу продукции, так как каждое новое производство требует дополнительных затрат на настройки и переналадки оборудования. Это становится особенно заметным в условиях высокой конъюнктуры рынка, где необходимы быстрые изменения.</p> <p>Массовое производство, с другой стороны, позволяет достигать значительных экономий за счет масштабов, снижения единичных затрат и повышения общей производительности. Однако оно менее гибко и может не подойти для рынков с быстрыми изменениями в потребительских предпочтениях. Кроме того, массовое производство требует значительных первоначальных инвестиций в автоматизацию и специализированное оборудование, что может представлять трудности для малых и средних предприятий.</p> <p>Таким образом, выбор между серийным и массовым производством зависит от специфики рынка, наличия ресурсов и требований к гибкости, позволяя компаниям развивать свои конкурентные преимущества в зависимости от условий.</p>

Шкала и критерии оценки текущего тестирования

Число правильных ответов	Оценка
90-100% правильных ответов	Оценка «отлично»
70-89% правильных ответов	Оценка «хорошо»
50-69% правильных ответов	Оценка «удовлетворительно»
Менее 50% правильных ответов	Оценка «неудовлетворительно»