

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

Харківський державний університет харчування та торгівлі

Кафедра менеджменту

## **СТРАТЕГІЧНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ**

Тестовий тренінг

Харків  
ХДУХТ  
2021

Стратегічний менеджмент : тестовий тренінг [Електронний ресурс] / укладач С. С. Ткачова. – Електрон. дані. – Х. : ХДУХТ, 2021. – 1 електрон. опт. диск (CD-ROM); 12 см. – Назва з тит. екрана.

Укладач: С. С. Ткачова, канд. екон. наук, доц.

Рецензент: Л. І. Безгінова, канд. екон. наук, доц.

Кафедра менеджменту

Схвалено науково-методичною комісією факультету менеджменту за спеціальністю «Готельно-ресторанна справа» за освітньо-професійною програмою «Готельна і ресторанна справа»

Протокол від «23» грудня 2020 року № 4

Схвалено вченою радою ХДУХТ

Протокол від «18» лютого 2021 року № 9

Схвалено редакційно-видавничою радою ХДУХТ

Протокол від «17» лютого 2021 року № 15

© Ткачова С. С. (укладач), 2021  
© Харківський державний університет  
харчування та торгівлі, 2021

## ЗМІСТ

Тема 1. Стратегічне управління: сутність та особливості	4
Тема 2. Моделі стратегічного управління	8
Тема 3. Стратегічний аналіз діяльності підприємства та вибір стратегічних позицій	12
Тема 4. Стратегічне планування в системі стратегічного управління підприємством	19
Тема 5. Вибір стратегії та складання стратегічного плану	23
Тема 6. Управління стратегічним потенціалом підприємства	29
Тема 7. Організація стратегічного управління на підприємстві	37
Список рекомендованої літератури	45
Інформаційні ресурси	46

**ТЕМА 1**  
**СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ:**  
**СУТНІСТЬ ТА ОСОБЛИВОСТІ**

1. Стратегічно орієнтоване підприємство – це:
  - а) підприємство, де стратегічне мислення керівників є основою для визначення орієнтирів діяльності;
  - б) мінімальна господарська одиниця, для якої може бути розроблено самостійну стратегію;
  - в) підприємство, яке обслуговує ринки;
  - г) немає вірної відповіді.
  
2. Предметом вивчення дисципліни “Стратегічний менеджмент” є:
  - а) організаційна структура управління підприємством;
  - б) система та процес стратегічного управління підприємством;
  - в) функції, структури, методи управління підприємством;
  - г) управління підприємством в умовах ринку.
  
3. Стратегічне мислення – це:
  - а) мислення, властиве всім керівникам організацій;
  - б) мислення, що орієнтоване на визначення цілей організації і способів їх досягнення;
  - в) мислення, що є іншим визначенням економічного мислення;
  - г) усвідомлення тактичних цілей підприємства.
  
4. Стратегічне управління базується на:
  - а) концепції підприємства як “відкритої системи”;
  - б) концепції підприємства як “закритої системи”;
  - в) концепції підприємства як “соціотехнічної системи”;
  - г) концепції підприємства як “економічної системи”.
  
5. Який науковий підхід передбачає орієнтацію управляючої підсистеми при розв’язуванні будь-яких завдань на споживача:
  - а) системний;
  - б) маркетинговий;
  - в) ситуаційний;
  - г) функціональний.
  
6. Який науковий підхід розглядає функції управління як безперервні та взаємопов’язані:
  - а) системний;
  - б) процесний;
  - в) адміністративний;

г) функціональний.

7. При використанні якого наукового підходу необхідно проводити ретроспективний аналіз діяльності об'єкту управління:

- а) системного;
- б) комплексного;
- в) динамічного;
- г) ситуаційного.

8. Визначте варіант прояву нестратегічного управління підприємством:

- а) здатність адаптуватись до змін у середовищі;
- б) аналіз внутрішнього середовища для розробки цілей підприємства;
- в) аналіз зовнішнього та внутрішнього середовища для розробки цілей підприємства;
- г) немає вірної відповіді.

9. Визначальною характеристикою підприємства є:

- а) продукція, що виробляється (послуги, що надаються);
- б) зовнішнє оточення підприємства;
- в) персонал підприємства;
- г) немає вірної відповіді.

10. При управлінні “від досягнутого” застосовуються елементи аналізу та контролю:

- а) тільки внутрішніх факторів;
- б) тільки зовнішніх факторів;
- в) внутрішніх і зовнішніх факторів, які впливають на діяльність підприємства;
- г) немає вірної відповіді.

11. При управлінні “по цілях” діяльність організації спрямована:

- а) на облік кон'юнктури ринку;
- б) на активну підготовку майбутнього;
- в) на своєчасну реакцію на ситуацію, що склалася на підприємстві;
- г) на аналіз та контроль ситуації, що склалася у середовищі підприємства.

12. Зміна завдань управління підприємством зумовлена:

- а) постійно зростаючою складністю економічної інфраструктури;
- б) появою обчислювальної техніки;
- в) ускладненням міжнародних відносин;
- г) всі відповіді є вірними.

13. При управлінні “по відхиленням” діяльність організації спрямована:

- а) на облік кон'юнктури ринку;

- б) на активну підготовку майбутнього;
- в) на своєчасну реакцію на ситуацію, що склалася на підприємстві;
- г) на аналіз та контроль ситуації, що склалася у середовищі підприємства.

14. При стратегічному управлінні діяльність організації спрямована:

- а) на облік кон'юнктури ринку;
- б) на активну підготовку майбутнього;
- в) на своєчасну реакцію на ситуацію, що склалася на підприємстві;
- г) на аналіз та контроль ситуації, що склалася у середовищі підприємства.

15. Яка концепція управління спрямована на підвищення якості товарів навіть без обліку потреб споживачів:

- а) товарна;
- б) збутова;
- в) ринкова;
- г) маркетингова.

16. Яка концепція управління забезпечує максимальний збут за допомогою реклами та інших засобів впливу на споживачів:

- а) товарна;
- б) збутова;
- в) ринкова;
- г) маркетингова.

17. Яка концепція управління забезпечує максимальний продаж товарів найвищої якості при найвищому попиті:

- а) товарна;
- б) збутова;
- в) ринкова;
- г) маркетингова.

18. Яка концепція управління забезпечує максимальну рентабельність організації за умов повної відповідності продукції ринковим вимогам:

- а) товарна;
- б) збутова;
- в) ринкова;
- г) маркетингова.

19. Яка складова системи стратегічного управління визначається стилем управлінських відносин, стилем прийняття управлінських рішень, стилем відносин у середовищі:

- а) стратег-лідер;
- б) система добору та підготовки персоналу;
- в) адекватна структура управління;

- г) адекватна культура.
20. Стратегічне управління застосовується на рівні:
- а) підприємства в цілому;
  - б) виробництва;
  - в) окремих структурних підрозділів;
  - г) немає вірної відповіді.
21. Стратегічне управління як “процес визначення та встановлення зв’язку між підприємством та його оточенням” розглядали:
- а) Пірс і Робінсон;
  - б) Віханський;
  - в) Шендел і Хаттен;
  - г) Хіггенс.
22. Стратегічне управління як “набір рішень і дій щодо формулювання та реалізації стратегій” розглядали:
- а) Пірс і Робінсон;
  - б) Віханський;
  - в) Шендел і Хаттен;
  - г) Хіггенс.
23. Який вид планування припускає, що для визначення майбутнього необхідно аналізувати зовнішнє та внутрішнє середовище:
- а) довгострокове;
  - б) стратегічне;
  - в) оперативне;
  - г) тактичне.
24. Стратегічне планування виникло як відповідь на:
- а) необхідність зміни ОСУ;
  - б) недоліки довгострокового планування;
  - в) розвиток науково-технічного прогресу;
  - г) немає вірної відповіді.
25. Який чинник сприяє розвитку стратегічного планування на підприємствах:
- а) зростання розмірів підприємства завдяки підвищенню комплексності та багатопрофільності діяльності;
  - б) розвиток науково-технічного прогресу;
  - в) розвиток методології та інструментарію планування;
  - г) всі відповіді є вірними.
26. На відміну від довгострокового стратегічне планування широко використовує метод:
- а) побудови сценаріїв;

- б) екстраполяційне прогнозування;
- в) “нормативних” прогнозів;
- г) немає вірної відповіді .

27. Основною передумовою переходу підприємства до системи стратегічного планування є:

- а) необхідність реакції на зміни умов функціонування підприємства;
- б) інтернаціоналізація бізнесу;
- в) наявність висококваліфікованих менеджерів;
- г) наявність доступної інформації.

28. Головною метою стратегічного управління є:

- а) розробка оптимальної стратегії розвитку підприємства;
- б) підвищення конкурентоспроможності підприємства;
- в) підвищення якості обслуговування споживачів;
- г) підвищення продуктивності праці робітників.

29. Головною метою стратегічного планування є:

- а) розробка оптимальної стратегії розвитку підприємства;
- б) підвищення конкурентоспроможності підприємства;
- в) підвищення якості обслуговування споживачів;
- г) підвищення продуктивності праці робітників.

30. Довгострокове планування передбачає, що:

- а) зовнішнє середовище залишиться стабільним;
- б) зовнішнє середовище швидко змінюється;
- в) зовнішнє середовище не впливає на діяльність організації;
- г) зовнішнє середовище позитивно впливає на діяльність організації.

## **ТЕМА 2**

### **МОДЕЛІ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ**

1. До параметрів оцінки зовнішнього середовища І. Ансофф запропонував відносити:

- а) звичність подій;
- б) темпи змін;
- в) передбачення майбутнього;
- г) всі відповіді є вірними.

2. Звичність подій як параметр зовнішнього середовища оцінюється за шкалою:

- а) від звичних подій до подій у межах екстраполяції досвіду;
- б) від звичних подій до неочікуваних подій, але таких, які мають аналоги в минулому;
- в) від звичних подій до неочікуваних та зовсім нових подій;



- г) немає вірної відповіді.
3. Передбачення майбутнього для підприємств визначається:
- а) за слабкими сигналами;
  - б) за аналогією з минулим;
  - в) за методом екстраполяції;
  - г) всі відповіді є вірними.
4. Яка стадія нестабільності зовнішнього середовища характеризується звичними подіями; змінами у зовнішньому середовищі, які відбуваються повільніше, ніж реакція організації; майбутнє передбачене за аналогією з минулим?
- а) стабільність;
  - б) реакція на проблеми;
  - в) передбачення;
  - г) дослідження.
5. Яка стадія нестабільності зовнішнього середовища характеризується подіями, що відбуваються у межах екстраполяції досвіду; змінами у зовнішньому середовищі, які відбуваються порівняно з реакцією організації; майбутнє передбачене шляхом екстраполяції?
- а) стабільність;
  - б) реакція на проблеми;
  - в) творчість;
  - г) дослідження.
6. Яка стадія нестабільності зовнішнього середовища характеризується несподіваними подіями, але які мають аналогії з минулим; змінами у зовнішньому середовищі, які відбуваються швидше, ніж реакція організації; майбутнє визначається за слабкими сигналами?
- а) творчість;
  - б) дослідження;
  - в) реакція на проблеми;
  - г) передбачення.
7. Яка стадія нестабільності зовнішнього середовища характеризується несподіваними і цілком новими подіями; змінами у зовнішньому середовищі, які відбуваються швидше, ніж реакція організації; майбутнє непередбачене взагалі?
- а) реакція на проблеми;
  - б) дослідження;
  - в) творчість;
  - г) передбачення.
8. Способами реакції підприємства на зміни зовнішнього середовища є:
- а) адаптація до змін;

- б) активне реагування на зміни;
- в) супротив змінам;
- г) вірні відповіді а) і б).

9. Політика підприємства, яка ґрунтується на діях «постфактум», має назву:

- а) reactive та inactive;
- б) reactive та preactive;
- в) preactive та interactive;
- г) inactive та interactive.

10. Позиція підприємства \_\_\_\_\_ за своєю суттю невід'ємна від стратегічного управління.

- а) reactive;
- б) preactive;
- в) interactive;
- г) inactive.

11. Система управління на основі гнучких експертних рішень передбачає використання моделі:

- а) управління в умовах стратегічних несподіванок;
- б) бюджетування;
- в) цільового управління;
- г) управління шляхом вибору стратегічних позицій.

12. Система управління на основі контролю передбачає використання моделі:

- а) управління в умовах стратегічних несподіванок;
- б) бюджетування;
- в) цільового управління;
- г) управління шляхом вибору стратегічних позицій.

13. Система управління на основі передбачення змін дозволяє використовувати модель:

- а) управління в умовах стратегічних несподіванок;
- б) бюджетування;
- в) цільового управління;
- г) управління шляхом вибору стратегічних позицій.

14. Стратегічний менеджмент на підприємстві – це:

- а) управлінський процес підтримки відповідності між цілями підприємства та його потенціалом;
- б) підсистема організації бізнес-планування на підприємстві;
- в) інструмент адаптації підприємства до поточних умов зовнішнього оточення;

- г) цілісна система комплексного безперервного довгострокового управління підприємством.
15. Система сучасного стратегічного управління на підприємствах передбачає:
- а) формулювання мети розвитку підприємства;
  - б) складання детального сценарію діяльності та розвитку підприємства;
  - в) розробку інвестиційних проектів;
  - г) формування бюджету.
16. Стратегічне управління на вітчизняних підприємствах зводиться до:
- а) формування бюджету, який визначає зміст і послідовність заходів, спрямованих на досягнення поточних цілей підприємства;
  - б) забезпечення розвитку підприємства «від досягнутого»;
  - в) довгострокове планування досягнення цілей розвитку;
  - г) забезпечення перспективного розвитку підприємства «за відхиленням».
17. Сучасна концепція стратегічного менеджменту виходить з умов:
- а) детермінізму і стабільності зовнішнього оточення підприємства;
  - б) невизначеності і нестабільності зовнішнього оточення підприємства;
  - в) стабільності внутрішньої структури підприємства;
  - г) аналізу та екстраполяції минулого та поточного розвитку підприємства на довгострокову перспективу.
18. Вітчизняні підприємства змушені запроваджувати стратегічний менеджмент та виробляти стратегію для:
- а) оптимізації та збалансування свого бюджету;
  - б) мінімізації витрат і максимізації прибутків;
  - в) довготривалого раціонального господарювання;
  - г) послаблення рівня конкуренції в бізнесі.
19. В Україні теорія і практика стратегічного управління бізнесу:
- а) знайшли обмежене впровадження – тільки на державних підприємствах;
  - б) знайшли обмежене впровадження – тільки на великих підприємствах;
  - в) знайшли обмежене впровадження – тільки на малих підприємствах;
  - г) не знайшли широкого запровадження.
20. Чи існує єдиний стандарт рецепту організації оптимального управління підприємством в довгостроковому періоді:
- а) так, існує;
  - б) ні, не існує;
  - в) існують певні загальні правила щодо стратегічного управління підприємством;
  - г) існують певні загальні правила щодо стратегічного аналізу, вироблення, вибору і реалізації стратегії, але до його запровадження

(організації) на підприємстві необхідно підходити творчо і в індивідуальному порядку.

21. До запровадження стратегічного менеджменту на підприємствах необхідно підходити:

- а) стандартно, тільки з позицій уніфікованих схем і процедур;
- б) індивідуально, без будь-яких стандартних (типових) правил і процедур;
- в) індивідуально, з позицій уніфікованих схем і процедур;
- г) індивідуально, на основі застосування певних загальних правил та рекомендацій (стратегічного аналізу, вироблення, вибору і реалізації стратегії тощо).

22. Стратегічне управління визначає:

- а) як організація має діяти в майбутньому, щоб досягти бажаної мети;
- б) як організація має діяти в сучасних умовах, щоб досягти бажаної мети в майбутньому, виходячи з того, що оточення не змінюватиметься;
- в) як організація має діяти в сучасних умовах, щоб досягти бажаної мети в майбутньому, виходячи з того, що оточення змінюватиметься;
- г) як організація має діяти в сучасних умовах, щоб досягти бажаної мети в майбутньому, виходячи з сильних та слабких сторін організації.

### **ТЕМА 3**

#### **СТРАТЕГІЧНИЙ АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ТА ВИБІР СТРАТЕГІЧНИХ ПОЗИЦІЙ**

1. Фактори зовнішнього середовища класифікуються за характером їхньої дії на підприємство як:

- а) фактори прямого та непрямого впливу;
- б) фактори макро- та мікросередовища;
- в) стимулюючі та стримуючі;
- г) фінансово-економічні, організаційно-правові, соціально-психологічні.

2. Які параметри зовнішнього середовища визначаються в процесі аналізу факторів прямого та непрямого впливу:

- а) сильні та слабкі сторони підприємства;
- б) невизначеність, складність, динамічність, взаємопов'язаність зовнішнього оточення;
- в) загрози та можливості зовнішнього оточення;
- г) всі відповіді є вірними.

3. Які параметри підлягають співставленню в процесі SWOT- аналізу:

- а) сильні та слабкі сторони підприємства, загрози та особливості зовнішнього середовища;

- б) сильні та слабкі характеристики зовнішнього оточення, його динамічність та складність;
  - в) невизначеність, складність, динамічність, взаємопов'язаність зовнішнього оточення;
  - г) сильні та слабкі сторони підприємства, загрози та можливості зовнішнього оточення.
4. До факторів непрямой дії зовнішнього середовища підприємства відносять:
- а) менеджмент, маркетинг, виробництво, персонал, фінанси, підприємницьку активність підприємства;
  - б) постачальників, конкурентів, споживачів, контактні аудиторії;
  - в) стан економіки, політики, культури регіону;
  - г) економічні, політичні, міжнародні, соціальні, ринкові, виробничо-технологічні фактори.
5. До факторів прямої дії зовнішнього середовища підприємства відносять:
- а) менеджмент, маркетинг, виробництво, персонал, фінанси, підприємницьку активність підприємства;
  - б) постачальників, конкурентів, споживачів, контактні аудиторії;
  - в) стан економіки, політики, культури регіону;
  - г) економічні, політичні, міжнародні, соціальні, ринкові, виробничо-технологічні фактори.
6. До факторів внутрішнього середовища підприємства відносять:
- а) менеджмент, маркетинг, виробництво, персонал, фінанси, підприємницьку активність підприємства;
  - б) постачальників, конкурентів, споживачів, контактні аудиторії;
  - в) стан економіки, політики, культури регіону;
  - г) економічні, політичні, міжнародні, соціальні, ринкові, виробничо-технологічні фактори.
7. Яке з наведених визначень найбільше відповідає поняттю “внутрішнє середовище підприємства”:
- а) всі умови і фактори, що виникають в оточуючому середовищі, незалежно від діяльності підприємства, які можуть впливати на його функціонування;
  - б) система договірних відносин підприємства між персоналом та суб'єктами ринку;
  - в) господарський організм підприємства, який складається з різних компонентів у відповідності до функціональних областей, загальних для всіх типів підприємств;
  - г) немає вірної відповіді.
8. За сферою оточення всі фактори середовища можна поділити на:

- а) фактори прямого та непрямого впливу;
- б) фактори макро- та мікросередовища;
- в) стимулюючі та стримуючі;
- г) фінансово-економічні, організаційно-правові, соціально-психологічні.

9. Яке з наведених визначень найбільше відповідає поняттю “зовнішнє середовище підприємства”:

- а) всі умови і фактори, що виникають в оточуючому середовищі, незалежно від діяльності підприємства, які можуть впливати на його функціонування;
- б) система договірних відносин підприємства між персоналом та суб'єктами ринку;
- в) господарський організм підприємства, який складається з різних компонентів у відповідності до функціональних областей, загальних для всіх типів підприємств;
- г) немає вірної відповіді.

10. Які процеси є характерними для підприємства як відкритої системи:

- а) виробництво, реалізація, організація споживання;
- б) вхід, перетворення, вихід;
- в) інноваційний, інвестиційний, стратегічний;
- г) всі відповіді є вірними.

11. Підприємство може суттєво впливати на характер та зміст взаємодії з факторами:

- а) середовища непрямої дії;
- б) середовища прямої дії;
- в) економічними, політичними, ринковими;
- г) немає вірної відповіді.

12. Яку категорію ілюструють приклади: постачальники, споживачі, конкуренти, ринкові фактори:

- а) зовнішнє середовище підприємства, фактори непрямого впливу;
- б) зовнішнє середовище підприємства, фактори прямого впливу;
- в) зовнішнє середовище підприємства, фактори непрямого та прямого впливу;
- г) ділові партнери підприємства.

13. Якими основними показниками характеризується зовнішнє середовище підприємства в цілому:

- а) постачальники, конкуренти, науково-технічний прогрес, міжнародні події;
- б) взаємозалежність факторів, складність, рухливість, невизначеність;
- в) валовий дохід, товарообіг, прибуток;

г) кількісними та якісними показниками.

14. Яку категорію ілюструють приклади: науково-технічний прогрес, міжнародні події, політичні та соціокультурні зміни, загальний стан економіки:
- а) зовнішнє середовище підприємства, фактори непрямого впливу;
  - б) зовнішнє середовище підприємства, фактори прямого впливу;
  - в) зовнішнє середовище підприємства, фактори непрямого та прямого впливу;
  - г) внутрішнє середовище підприємства, фактори прямої дії.
15. Фактори, які стримують перехід підприємства в іншу галузь, мають назву:
- а) бар'єрів входу;
  - б) конкурентних сил;
  - в) бар'єрів виходу;
  - г) немає вірної відповіді.
16. Фактори, які протидіють перепрофілюванню та входженню підприємства в досліджувану галузь економіки, мають назву:
- а) бар'єрів входу;
  - б) конкурентних сил;
  - в) бар'єрів виходу;
  - г) немає вірної відповіді.
17. Яке визначення відповідає внутрішній складовій загального середовища підприємства:
- а) сукупність факторів, які формують довгострокову прибутковість організації і перебувають під безпосереднім контролем керівників та персоналу організації;
  - б) сукупність факторів, які формують довгострокову прибутковість організації і на які вона не може впливати взагалі або має незначний вплив;
  - в) сукупність факторів, які формують довгострокову прибутковість організації і на які вона може впливати через встановлення ефективних комунікацій;
  - г) система довірливих відносин підприємства між персоналом та суб'єктами ринку.
18. Зовнішнє середовище непрямої дії – це:
- а) сукупність факторів, які формують довгострокову прибутковість організації і перебувають під безпосереднім контролем керівників та персоналу організації;
  - б) сукупність факторів, які формують довгострокову прибутковість організації і на які вона не може впливати взагалі або має незначний вплив;

- в) сукупність факторів, які формують довгострокову прибутковість організації і на які вона може впливати через встановлення ефективних комунікацій;
- г) система договірних відносин підприємства між персоналом та суб'єктами ринку.

19. Зовнішнє середовище прямої дії визначається як:

- а) сукупність факторів, які формують довгострокову прибутковість організації і перебувають під безпосереднім контролем керівників та персоналу організації;
- б) сукупність факторів, які формують довгострокову прибутковість організації і на які вона не може впливати взагалі або має незначний вплив;
- в) сукупність факторів, які формують довгострокову прибутковість організації і на які вона може впливати через встановлення ефективних комунікацій;
- г) система договірних відносин підприємства між персоналом та суб'єктами ринку.

20. Виробничий потенціал підприємства – це:

- а) трудові, технічні, технологічні ресурси;
- б) фінансові, управлінські, технічні ресурси;
- в) система взаємопов'язаних ресурсів підприємства;
- г) трудові, технічні, інформаційні, управлінські ресурси.

21. Яку групу факторів зовнішнього середовища підприємства можна проаналізувати за станом податкової політики, тарифів на енергоносії та комунальні послуги, темпів інфляції та дефляції:

- а) політичні;
- б) міжнародні;
- в) економічні;
- г) соціальні.

22. Яку групу факторів зовнішнього середовища підприємства можна проаналізувати за станом роздержавлення та приватизації у галузі, політичної стабільності, дієвості правової системи:

- а) політичні;
- б) міжнародні;
- в) економічні;
- г) соціальні.

23. До якої групи належить метод “SWOT-аналіз”:

- а) методи мотивації;
- б) методи менеджменту;



- в) методи стратегічного позиціювання;
- г) методи планування.

24. Що характеризує система взаємовідносин між визначеними складовими середовища (за М. Портером):

- а) обсяги виробництва;
- б) рівень конкуренції;
- в) складність процесу менеджменту;
- г) особливості технологічних процесів на підприємствах.

25. Закінчіть наведений перелік складових моделі п'яти сил за теорією М. Портеру: потенційні конкуренти, постачальники ресурсів, споживачі, конкурентні стратегії, ...

- а) держава;
- б) профспілки;
- в) товари-замінники;
- г) трудовий колектив.

26. Яка група факторів досліджує стан матеріально-технічної бази підприємств галузі, рівень розвитку технології та темпи її оновлення:

- а) група факторів “виробництво” внутрішнього середовища підприємства;
- б) група факторів “контактні аудиторії” зовнішнього середовища прямого впливу;
- в) група виробничо-технологічних факторів зовнішнього середовища непрямого впливу;
- г) група факторів “підприємницька активність” внутрішнього середовища підприємства.

27. Яка група факторів вивчає ефективність взаємодії підприємства з державними та громадськими контролюючими органами:

- а) група факторів “виробництво” внутрішнього середовища підприємства;
- б) група факторів “контактні аудиторії” зовнішнього середовища прямого впливу;
- в) група виробничо-технологічних факторів зовнішнього середовища непрямого впливу;
- г) група факторів “підприємницька активність” внутрішнього середовища підприємства.

28. Що досліджується у межах аналізу фактору “виробництво”:

- а) стан матеріально-технічної бази підприємств галузі, рівень розвитку технології та темпи її оновлення;
- б) технічна ефективність потужностей, фондівіддача, трудомісткість виробництва;

- в) розробка нової продукції, частота оновлення технології виробництва, реалізація власних бізнес-ідей;
  - г) група факторів “контактні аудиторії” зовнішнього середовища прямого впливу.
29. Що досліджується у межах аналізу фактору “підприємницька активність”:
- а) стан матеріально-технічної бази підприємств галузі, рівень розвитку технології та темпи її оновлення;
  - б) технічна ефективність потужностей, фондівдача, трудомісткість виробництва;
  - в) розробка нової продукції, частота оновлення технології виробництва, реалізація власних бізнес-ідей;
  - г) кон’юнктура та місткість ринку, конкуренція з боку підприємств харчової промисловості та торговельно-виробничих комплексів.
30. Ринкові фактори зовнішнього середовища аналізуються за такими складовими:
- а) стан матеріально-технічної бази підприємств галузі, рівень розвитку технології та темпи її оновлення;
  - б) технічна ефективність потужностей, фондівдача, трудомісткість виробництва;
  - в) кон’юнктура та місткість ринку, конкуренція з боку підприємств харчової промисловості та торговельно-виробничих комплексів;
  - г) розробка нової продукції, частота оновлення технології виробництва, реалізація власних бізнес-ідей.
31. Певне поєднання негативно та позитивно впливаючи на діяльність підприємства факторів, що об’єктивно існують у середовищі та суб’єктивно оцінені керівниками, з відносно сильними та слабкими сторонами у функціонуванні підприємства – це:
- а) стратегічний рівень;
  - б) стратегічний баланс;
  - в) стратегічний аналіз;
  - г) комплексний економічний аналіз.
32. “Стратегія формування середовища” розробляється як спосіб впливу на:
- а) залежні від діяльності підприємства фактори;
  - б) незалежні від діяльності підприємства фактори;
  - в) темпи розвитку підприємства;
  - г) всі відповіді є вірними.
33. Методи екстраполяції базуються на твердженні:
- а) про незмінність або відносну стабільність наявних тенденцій розвитку;
  - б) оптимістичного варіанту розвитку подій;

- в) песимістичного варіанту розвитку подій;
- г) немає вірної відповіді.

34. Автором “екологічної моделі” зовнішнього середовища підприємства є:

- а) П. Лоуренс;
- б) Г. Олдріч;
- в) М. Портер;
- г) І. Ансофф.

35. До складових “класичної” моделі “галузевої конкуренції” не входять:

- а) конкуренти;
- б) споживачі;
- в) організації-регулятори;
- г) товари-замінники.

36. Яке визначення розкриває зміст поняття “загрози”:

- а) види діяльності, які підприємство здійснює не дуже добре, або ресурси, що неправильно використовуються;
- б) будь-які процеси або явища, що перешкоджають руху підприємства чи організації в напрямку досягнення своїх місії та цілей;
- в) ситуації в зовнішньому середовищі, позитивний процес чи явище, за яких підприємство має змогу проявити свої сильні сторони;
- г) немає вірної відповіді.

37. “Можливості” як важлива складова стратегічного аналізу середовища має таке визначення:

- а) види діяльності, які підприємство здійснює не дуже добре, або ресурси, що неправильно використовуються;
- б) будь-які процеси або явища, що перешкоджають руху підприємства чи організації в напрямку досягнення своїх місії та цілей;
- в) ситуації в зовнішньому середовищі, позитивний процес чи явище, за яких підприємство має змогу проявити свої сильні сторони;
- г) немає вірної відповіді.

#### **ТЕМА 4**

### **СТРАТЕГІЧНЕ ПЛАНУВАННЯ В СИСТЕМІ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ**

1. Загальною рисою цільового підходу до управління організаціями є:

- а) охоплення управлінським впливом усіх стадій циклу відтворення (“життєвого циклу”) системи;
- б) тимчасовість функціонування органів, що відповідають за досягнення мети;

- в) необхідність побудови спеціальних систем постачання (збуту) для виконання робіт щодо досягнення мети;  
г) немає вірної відповіді.
2. Основним принципом стратегічного управління є:
- а) цілеспрямованість;
  - б) стандартність;
  - в) використання майбутньої невизначеності як стратегічних можливостей;
  - г) немає вірної відповіді.
3. Принципом програмно-цільового методу управління є:
- а) цільова спрямованість на вирішення певної проблеми на кожному з етапів розвитку системи;
  - б) безперервність і спадковість рішень, що приймаються на різних рівнях управління;
  - в) стандартність;
  - г) використання майбутньої невизначеності як стратегічних можливостей.
4. Метод “дезагрегації” у побудові “дерева цілей” використовується:
- а) для “формалізованих цілей створення”;
  - б) для “неформалізованих цілей розвитку”;
  - в) для всіх типів цілей;
  - г) для цілей інтегрованого зростання.
5. Якщо залежності між елементами цілі можуть бути виражені в кількісній формі, то така ціль є:
- а) неструктурованою;
  - б) слабкоструктурованою;
  - в) формалізованою;
  - г) немає вірної відповіді.
6. “Дерево-цілей” – це:
- а) графічне зображення зв’язків підприємства із зовнішнім середовищем;
  - б) розподіл обов’язків в апараті управління підприємством;
  - в) графічне зображення співпідпорядкованості цілей, що демонструє розподіл загальної мети на підцілі, завдання й окремі операції;
  - г) всі відповіді є вірними.
7. Мета, яка містить якісні характеристики, а кількісні не простежуються, є:
- а) неструктурованою;
  - б) слабкоструктурованою;
  - в) формалізованою;
  - г) немає вірної відповіді.

8. Який показник найчастіше використовується для характеристики стратегічних цілей підприємства:

- а) прибуток;
- б) строк окупності інвестицій;
- в) рівень продуктивності праці;
- г) операційні витрати.

9. З точки зору спрямованості дій на їх реалізацію цілі можуть бути :

- а) зовнішніми та внутрішніми;
- б) цілями окремих підрозділів;
- в) індивідуальними цілями;
- г) всі відповіді є вірними.

10. Методами побудови “дерева цілей” є :

- а) метод дезагрегації;
- б) метод побудови сценаріїв;
- в) метод редукції;
- г) немає вірної відповіді.

11. Цілі підприємства за основними функціональними підсистемами внутрішнього середовища підприємства класифікують на цілі:

- а) з менеджменту, з маркетингу, з виробництва, з НДР, з фінансів, з персоналу;
- б) стратегічні, тактичні, оперативні;
- в) місія, стильові, робочі цілі;
- г) немає вірної відповіді.

12. Цілі підприємства за терміном встановлення класифікують на цілі

- а) з менеджменту, з маркетингу, з виробництва, з НДР, з фінансів, з персоналу;
- б) стратегічні, тактичні, оперативні;
- в) місія, стильові, робочі цілі;
- г) немає вірної відповіді.

13. Цілі підприємства за місцем в ієрархії цілей підприємства класифікують на:

- а) з менеджменту, з маркетингу, з виробництва, з НДР, з фінансів, з персоналу;
- б) стратегічні, тактичні, оперативні;
- в) місія, стильові, робочі цілі;
- г) немає вірної відповіді.

14. Сукупність яких цілей складає систему, яка входить до складу бізнесового портфелю підприємства:

- а) цілей другого рівня;
- б) місія, ключові, функціональні;

- в) особливо пріоритетні, пріоритетні, інші;
- г) немає вірної відповіді.

15. Місія як генеральна мета підприємства повинна відповідати на три важливих запитання:

- а) які види діяльності здійснює підприємство, на який сегмент ринку підприємство орієнтується, які конкурентні переваги має підприємство;
- б) який максимальний прибуток отримує підприємство, які види діяльності необхідно розвивати, яку рекламну підтримку необхідно здійснювати;
- в) які ресурси необхідні для досягнення місії, які види продукції необхідно виробляти, яких обсягів виробництва необхідно досягти;
- г) немає вірної відповіді.

16. Цілі підприємства за масштабами розробки класифікують на:

- а) цілі швидкого зростання, цілі стабільного зростання, цілі скорочення;
- б) загальні, специфічні, підцілі;
- в) економічні, організаційні, наукові, соціальні, технічні, політичні;
- г) місія, ключові, функціональні.

17. Цілі підприємства за змістом класифікують на:

- а) цілі швидкого зростання, цілі стабільного зростання, цілі скорочення;
- б) загальні, специфічні, підцілі;
- в) економічні, організаційні, наукові, соціальні, технічні, політичні;
- г) місія, ключові, функціональні.

18. Цілі підприємства за темпами зростання класифікують на:

- а) цілі швидкого зростання, цілі стабільного зростання, цілі скорочення;
- б) загальні, специфічні, підцілі;
- в) економічні, організаційні, наукові, соціальні, технічні, політичні;
- г) місія, ключові, функціональні.

19. Який процес містить: вибір переліку цілей, їхнє внутрішнє узгодження, уточнення шляхом прив'язки до наявних ресурсів та можливостей:

- а) стратегічний менеджмент;
- б) операційний менеджмент;
- в) процес визначення цілей;
- г) процес прийняття управлінського рішення.

20. Що визначає та констатує філософію і призначення, зміст існування підприємства:

- а) мета;
- б) стратегія;

- в) функція;
- г) місія.

21. Інтереси яких учасників ринку повинна відображати місія підприємства:

- а) цілі, структури, технології, люди, завдання;
- б) власники, держава, система менеджменту, колектив;
- в) конкуренти, постачальники, держава, споживачі;
- г) керівники, спеціалісти, торгово-оперативний персонал.

22. Що описує стратегічні наміри підприємства займати визначене місце на ринку:

- а) функції менеджменту;
- б) стратегічне управління;
- в) стратегічні цілі;
- г) бізнес-план.

## **ТЕМА 5**

### **ВИБІР СТРАТЕГІЇ ТА СКЛАДАННЯ СТРАТЕГІЧНОГО ПЛАНУ**

1. Стратегічними причинами диверсифікованості є :

- а) можливість підвищити ціну акцій підприємства;
- б) стабілізація прибутків, зарплат і доходів;
- в) скорочення ризиків за рахунок перерозподілу їх між різними напрямками діяльності;
- г) можливість нагромадження і використання специфічних знань і навичок.

2. Конкурентоспроможність підприємства визначається як:

- а) рівень його компетенції відносно інших підприємств-конкурентів у ефективному використанні виробничого потенціалу;
- б) ступінь відповідності на певний момент вимогам цільових груп споживачів за характеристиками: технічними, економічними, екологічними тощо;
- в) комплекс взаємопов'язаних заходів, включаючи обґрунтування вихідної потреби, цілей та підцілей, робіт, ресурсів;
- г) немає вірної відповіді.

3. Конкурентоспроможність продукції визначається як:

- а) рівень його компетенції відносно інших підприємств-конкурентів у ефективному використанні виробничого потенціалу;

- б) ступінь відповідності на певний момент вимогам цільових груп споживачів за характеристиками: технічними, економічними, екологічними тощо;
  - в) комплекс взаємопов'язаних заходів, включаючи обґрунтування вихідної потреби, цілей та підцілей, робіт, ресурсів;
  - г) немає вірної відповіді.
4. Що розуміється під зводом правил, якими керується система управління підприємством при прийманні рішень, за І. Ансоффом:
- а) функція менеджменту;
  - б) принципи менеджменту;
  - в) стратегія менеджменту;
  - г) ідеологія менеджменту.
5. Яким є основний принцип стратегічного менеджменту:
- а) завоювання сильної конкурентної позиції підприємства в перспективі;
  - б) отримання надвисоких прибутків;
  - в) досягнення короткострокових покращень фінансових показників;
  - г) збільшення розмірів підприємства.
6. Що може визначати стратегія менеджменту на підприємстві:
- а) систему визначення цілей діяльності;
  - б) цілі та основні шляхи їх реалізації за рахунок єдиного напрямку дій;
  - в) систему визначення місії підприємства;
  - г) основні принципи менеджменту.
7. Визначте вірне формулювання стратегічного наміру великого підприємства:
- а) завоювання лідируючих позицій на національному рівні;
  - б) завоювання лідируючих позицій у визначеній ринковій ніші;
  - в) отримання максимальних прибутків;
  - г) виробництво нової продукції.
8. У чому полягає головне призначення стратегії:
- а) переведення підприємства в запланований стан;
  - б) реалізація основних принципів менеджменту;
  - в) досягнення максимальних прибутків;
  - г) впровадження системи стратегічного управління.
9. Визначте різновиди стратегії зростання малих підприємств:
- а) стратегія зберігання, стратегія пошуку загарбника, стратегія лідерства в ринковій ніші, стратегія виходу за рамки ніші;
  - б) стратегія копіювання, стратегія оптимального розміру, стратегія участі в продукті крупної фірми, стратегія використання переваг крупних підприємств;



- в) стратегія “Горді леви”, стратегія “Могутні слони”, стратегія “Неповороткі бегемоти”;
- г) немає вірної відповіді.

10. Визначте різновиди стратегії зростання середніх підприємств:

- а) стратегія зберігання, стратегія пошуку загарбника, стратегія лідерства в ринковій ніші, стратегія виходу за рамки ніші;
- б) стратегія копіювання, стратегія оптимального розміру, стратегія участі в продукті крупної фірми, стратегія використання переваг крупних підприємств;
- в) стратегія “Горді леви”, стратегія “Могутні слони”, стратегія “Неповороткі бегемоти”;
- г) немає вірної відповіді.

11. Визначте різновиди стратегії зростання великих підприємств:

- а) стратегія зберігання, стратегія пошуку загарбника, стратегія лідерства в ринковій ніші, стратегія виходу за рамки ніші;
- б) стратегія копіювання, стратегія оптимального розміру, стратегія участі в продукті крупної фірми, стратегія використання переваг крупних підприємств;
- в) стратегія “Горді леви”, стратегія “Могутні слони”, стратегія “Неповороткі бегемоти”;
- г) немає вірної відповіді.

12. Якому рівню відповідає стратегія, що розробляється для підприємства, сфери його діяльності в цілому:

- а) функціональному;
- б) корпоративному;
- в) операційному;
- г) діловому.

13. Якому рівню відповідає стратегія, що формується для кожного окремого виду діяльності підприємства:

- а) функціональному;
- б) корпоративному;
- в) операційному;
- г) діловому.

14. Якому рівню відповідає стратегія, що визначається для кожного функціонального напрямку визначеної сфери діяльності підприємства:

- а) функціональному;
- б) корпоративному;
- в) операційному;
- г) діловому.

15. Якому рівню відповідає стратегія діяльності основних структурних одиниць підприємства:

- а) функціональному;
- б) корпоративному;
- в) операційному;
- г) діловому.

16. На менеджерів якого рівня покладається відповідальність за реалізацію корпоративної стратегії:

- а) вищого;
- б) середнього;
- в) оперативного;
- г) нижчого.

17. На менеджерів якого рівня покладається відповідальність за реалізацію ділової стратегії підприємства:

- а) вищого;
- б) середнього;
- в) оперативного;
- г) нижчого.

18. На менеджерів якого рівня покладається відповідальність за реалізацію функціональної стратегії:

- а) вищого;
- б) середнього;
- в) оперативного;
- г) нижчого.

19. На менеджерів якого рівня покладається відповідальність за реалізацію операційної стратегії:

- а) вищого;
- б) середнього;
- в) оперативного;
- г) нижчого.

20. Яка з наведених типів стратегій (за М. Портером) полягає у прагненні досягти мінімуму структурних витрат у галузі через набір функціональних політик, спрямованих на цю базову мету:

- а) структуризації;
- б) диференціації;
- в) фокусування;
- г) мінімізація витрат.

21. Яка з наведених типів стратегій (за М. Портером) підприємства виявляється у пропозиції такого продукту, що сприймається в певних межах як щось унікальне:

- а) реінжинірингу;
- б) диференціації;
- в) фокусування;
- г) впровадження товару-замінника.

22. Який тип стратегії (за М. Портером) передбачає концентрацію на конкретному сегменті ринку, товарній номенклатурі або групі споживачів:

- а) диференціації;
- б) концентрації;
- в) фокусування;
- г) інтеграції.

23. Яким чином може бути охарактеризований процес виходу підприємства за межі типових аспектів функціонування:

- а) диференціація;
- б) диверсифікація;
- в) інтеграція;
- г) фокусування.

24. Стратегія комплектування важливих зон господарювання через ефективне збалансування напрямів діяльності підприємств називається:

- а) портфельною стратегією;
- б) SWOT-аналізом;
- в) стратегічною установкою;
- г) стратегічним позиціонуванням.

25. Як називається ефект, що обумовлений стратегічними перевагами, які отримують при об'єднанні двох або більше підприємств:

- а) диверсифікація;
- б) інтеграція;
- в) синергізм;
- г) монологія.

26. Ситуація, коли обсяг результативності підприємства забезпечує покриття всіх витрат та нульовий прибуток, має назву:

- а) стратегічне планування;
- б) точка беззбитковості;
- в) крива беззбитковості;
- г) крива життєвого циклу.

27. Якою є ключова відмінність стратегії від плану діяльності підприємства:

- а) стратегія передуює розробці плану;
  - б) план не відповідає меті та завданням підприємства;
  - в) стратегія розробляється в умовах невизначеності зовнішнього оточення;
  - г) стратегія розробляється після узгодження з планом.
28. Визначте вірну послідовність алгоритму розробки стратегічного проекту:
- а) орієнтир – стратегія – стратегічний проект;
  - б) місія – цілі – стратегія;
  - в) місія – завдання – стратегія;
  - г) орієнтир – місія – стратегія.
29. Які з параметрів притаманні стратегічному менеджменту:
- а) кінцевий результат: потенціал підприємства, тип управляючого: лідер-підприємець;
  - б) кінцевий результат: надприбуток організації, тип управляючого: демократ;
  - в) кінцевий результат: прибуток, тип управляючого: адміністратор-аналітик;
  - г) кінцевий результат: прибуток, тип управляючого: автократ-підприємець.
30. Які з параметрів притаманні оперативному управлінню:
- а) кінцевий результат: потенціал підприємства, тип управляючого: лідер-підприємець;
  - б) кінцевий результат: надприбуток організації, тип управляючого: демократ;
  - в) кінцевий результат: прибуток, тип управляючого: адміністратор-аналітик;
  - г) кінцевий результат: прибуток, тип управляючого: автократ-підприємець.
31. Визначте типові альтернативні стратегії зростання:
- а) диверсифікація, інтеграція, фокусування;
  - б) інтенсивне зростання, обмежене зростання, скорочення;
  - в) концентрація, обмежене зростання, зрілість;
  - г) прискорене зростання, уповільнене зростання.
32. Вкажіть найважливіші елементи, які визначають зміст стратегії підприємства:
- а) система цілей розвитку, засоби досягнення цілей, наявність ресурсів;
  - б) бажання та здібності персоналу, сприятливі ринкові умови;
  - в) система цілей розвитку, наявність ресурсів;
  - г) засоби досягнення цілей, сприятливі ринкові умови.

33. Поняття “економічна стратегія” в стратегічному менеджменті запропоновано:

- а) І. Ансоффом;
- б) О. Градовим;
- в) О. Віханським;
- г) М. Портером,

34. Визначають класифікацію стратегій підприємства як засобів забезпечення зростання:

- а) стратегії, що реалізуються у зовнішньому та у внутрішньому середовищі;
- б) стратегії малих, середніх, великих підприємств;
- в) стратегії концентрованого, інтенсивного, диверсифікованого зростання, скорочення, комбінована стратегія;
- г) глобальні, базові, функціональні стратегії.

35. Визначте сукупність стратегій, які складають портфель стратегій підприємства:

- а) стратегії, що реалізуються у зовнішньому та у внутрішньому середовищі;
- б) стратегії малих, середніх, великих підприємств;
- в) стратегії концентрованого, інтенсивного, диверсифікованого зростання, скорочення, комбінована стратегія;
- г) глобальні, базові, функціональні стратегії.

## **ТЕМА 6**

### **УПРАВЛІННЯ СТРАТЕГІЧНИМ ПОТЕНЦІАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА**

1. Потенціал підприємства - це:

- а) сукупність ресурсів підприємства, що забезпечують досягнення певних результатів підприємства;
- б) сукупність ресурсів і компетенцій, які створюють певний ефект для зацікавлених сторін;
- в) здатність управління забезпечувати досягнення цілей діяльності підприємства за рахунок використання матеріальних ресурсів;
- г) можливості системи ресурсів і компетенцій підприємства створювати результат для зацікавлених сторін за допомогою реалізації бізнес-процесів.

2. Стратегічний потенціал підприємства - це:

- а) система забезпечення реалізації стратегічних цілей підприємства;

б) система взаємопов'язаних елементів, що виконують різні функції у процесі забезпечення випуску продукції, конкурентної переваги на ринку і галузі та досягнення інших стратегічних цілей підприємства;

- в) продукція підприємства;
- г) СГЦ підприємства.

3. Стратегічний потенціал підприємства визначається:

- а) складом та сучасним станом системи стратегічних ресурсів;
- б) ступенем відповідності ресурсного потенціалу стратегічним цілям та завданням підприємства;
- в) спроможністю ресурсного потенціалу забезпечити стійкість господарської системи до впливу зовнішнього середовища та внутрішню гнучкість;
- г) всі відповіді є вірними.

4. Стратегічний потенціал підприємства класифікують за критеріями:

- а) відповідно до ієрархії стратегічних цілей,
- б) за функціональними сферами, за об'єктами дослідження,
- в) за ступенем реалізації стратегічних цілей, за показниками оцінки,
- г) всі відповіді є вірними.

5. Існують наступні ознаки класифікації сутності потенціалу підприємства:

- а) за об'єктами дослідження;
- б) за характером реагування на зміни;
- в) за цілями формування;
- г) залежно від перспектив розвитку бізнесу.

6. Основу результатної концепції до визначення сутності потенціалу становить:

- а) здатність бізнесу формувати систему ресурсів;
- б) здатність бізнесу задовольняти суспільні потреби за допомогою освоєння і переробки певних ресурсів;
- в) обсяг виробленої продукції в натуральних показниках;
- г) засоби виробництва, необхідні для господарської діяльності.

7. За ступенем реалізації розрізняють потенціал:

- а) зовнішній і внутрішній;
- б) виробничий і фондний;
- в) ринковий і неринковий;
- г) досягнутий і перспективний.

8. Характер виробничих приміщень підприємства визначають його:

- а) технічні ресурси;
- б) технологічні ресурси;
- в) просторові ресурси;
- г) фінансові ресурси.

9. Наявність конкурентоздатних ідей визначають:
- а) технологічні ресурси підприємства;
  - б) інформаційні ресурси підприємства;
  - в) ресурси організаційної структури управління;
  - г) усі перераховані вище види ресурсів.
10. Блок системи управління в структурі потенціалу підприємства включає підсистеми:
- а) закупівля, виробництво, збут;
  - б) маркетинг, виробництво, персонал, фінанси;
  - в) організація, мотивація, контроль;
  - г) планування, реалізація, контроль.
11. Блок діяльності персоналу включає такі складові:
- а) організаційну, виробничу, наукову;
  - б) аналітичну, виробничу, комунікаційну;
  - в) комерційну, виробничу, управлінську;
  - г) аналітичну, виконавчу, організаційну.
12. До об'єктних складових потенціалу підприємства відносять:
- а) виробничий потенціал;
  - б) науково-технічний потенціал;
  - в) управлінський потенціал;
  - г) кадровий потенціал.
13. Найбільш повно відбиває ринкові можливості підприємства:
- а) місце розташування;
  - б) маркетинговий потенціал;
  - в) науково-технічний потенціал;
  - г) інформаційний потенціал.
14. Спроможності підприємства в сфері нововведень характеризує потенціал:
- а) технічний;
  - б) відтворення;
  - в) інформаційний;
  - г) інноваційний.
15. Привабливість місця розташування підприємства відбиває потенціал:
- а) маркетинговий;
  - б) технічний;
  - в) інфраструктурний;
  - г) виробничий.



16. До суб'єктних складових потенціалу підприємства відносять:

- а) інноваційний потенціал;
- б) фінансовий потенціал;
- в) інфраструктурний потенціал;
- г) маркетинговий.

17. Потенціал підприємства як економічна система включає:

- а) ресурси і зв'язки між ними;
- б) сукупність відділів і виробничих підрозділів;
- в) зовнішнє оточення і внутрішні процеси, а також їхню взаємодію;
- г) внутрішні граничні можливості підприємства при використанні всіх наявних ресурсів.

18. Властивість цілісності систем означає:

- а) первинність цілого, яке можна поділяти на компоненти;
- б) первинність компонентів, з яких складається єдине ціле;
- в) тотожність властивостей системи сумі властивостей її компонентів;
- г) неможливість розчленовування цілого на окремі складові частини.

19. Ефективність роботи відділу вище суми ефективностей кожного фахівця за рахунок дії:

- а) закону конкуренції;
- б) закону пропорційності;
- в) закону ефекту масштабу виробництва;
- г) закону синергії.

20. Відповідно до принципу «чорної шухляди» задовільна якість «входу» при відмінній якості процесу:

- а) стане причиною задовільної якості «виходу»;
- б) не впливає на якість «виходу», яка буде відмінною завдяки відмінній якості процесу;
- в) призведе до середнього рівня якості «виходу» між задовільним і відмінним;
- г) обумовить низьку ціну продукції, що виробляється.

21. Внутрішню будову й організацію потенціалу як цілісної системи визначає його:

- а) розмірність;
- б) структура;
- в) ієрархія;
- г) адаптивність.

22. Кожен компонент системи може розглядатися як підсистема більш глобальної системи - це властивість:

- а) цілісності;
- б) структурності;
- в) ієрархічності;
- г) спадковості.

23. Пріоритет якості при формуванні потенціалу підприємства як економічної системи означає:

- а) забезпечення якості системи, починаючи з нижчих рівнів дерева цілей;
- б) забезпечення високої якості пріоритетних компонентів виробничого потенціалу;
- в) забезпечення якості системи на «вході»;
- г) забезпечення високої якості об'єктних складових потенціалу.

24. Інтереси системи глобального рівня:

- а) першочергові порівняно з інтересами її підсистем;
- б) другорядні в порівнянні з інтересами її підсистем;
- в) завжди збігаються з інтересами підсистем;
- г) носять альтернативний характер в порівнянні з інтересами підсистем.

25. Якщо вищий рівень дерева цілей фірми - максимізація прибутку, то відповідно до властивості ієрархічності систем ланцюжок показників від верхнього рівня до нижнього включає:

- а) якість товару => його ефективність => надійність;
- б) частка товару на ринку => якість товару ^дефективність товару;
- в) витрати на життєвий цикл товару ^дефективність товару ^довговічність товару;
- г) ефективність товару => якість => надійність.

26. Економія ресурсів споживачів за рахунок підвищення якості - пріоритетний напрямок:

- а) системного підходу до формування потенціалу підприємства;
- б) маркетингового підходу до формування потенціалу підприємства;
- в) поведінкового підходу до формування потенціалу підприємства;
- г) ситуаційного підходу до формування потенціалу підприємства.

27. Елементами відтворювального підходу до формування потенціалу є:

- а) застосування випереджальної бази порівняння показників;
- б) забезпечення технічної й інформаційної сумісності елементів потенціалу;
- в) розробка нормативів по окремих елементах потенціалу;
- г) підвищення якості продукції відповідно з вимогами споживачів.

28. Необхідність всебічного обліку різних аспектів функціонування підприємства виникає при реалізації:
- а) системного підходу до формування потенціалу підприємства;
  - б) функціонального підходу до формування потенціалу підприємства;
  - в) структурного підходу до формування потенціалу підприємства;
  - г) комплексного підходу до формування потенціалу підприємства.
29. Підвищення ефективності сукупного потенціалу за рахунок підвищення ефективності людських ресурсів - основна мета:
- а) ситуаційного підходу;
  - б) адміністративного підходу;
  - в) оптимізаційного підходу;
  - г) поведінкового підходу.
30. В основі адміністративного підходу до формування потенціалу підприємства лежать:
- а) методи примусу;
  - б) методи переконання;
  - в) методи спонукання;
  - г) усі перераховані вище.
31. Результатом формування маркетингового (ринкового) потенціалу підприємства виступає:
- а) потенційний обсяг чистого прибутку підприємства;
  - б) потенційний обсяг продажів;
  - в) потенційний обсяг виробництва продукції;
  - г) обсяг фінансових ресурсів, авансованих в інвестиційну, фінансову і господарську діяльність підприємства.
32. Формування потенціалу підприємства будь-якого рівня є результатом:
- а) взаємодії ресурсів, які залучаються до господарської діяльності;
  - б) впливу керуючої системи на керовану;
  - в) розподілу фінансових ресурсів по факторах виробництва;
  - г) реінвестування прибутку.
33. Ситуація, при якій успіх у конкурентній боротьбі залежить від якості, ефективності управління, організації виробництва, відповідає потенціалу:
- а) першого рівня конкурентоспроможності;
  - б) другого рівня конкурентоспроможності;
  - в) третього рівня конкурентоспроможності;
  - г) четвертого рівня конкурентоспроможності.

34. Загроза появи нових конкурентів на певному ринковому сегменті:
- а) знижує потенціал прибутковості сегменту;
  - б) обумовлює підвищення рівня витрат на стимулювання збуту;
  - в) обумовлює підвищення рівня капіталовкладень, необхідних для утримання досягнутого рівня конкурентоспроможності;
  - г) усе перераховане вірно.
35. Конкурентна перевага, отримана за рахунок виробництва продукції з унікальними споживчими властивостями, орієнтована на:
- а) дешеві канали збуту;
  - б) низькі витрати;
  - в) стандартизацію товарів;
  - г) диференціацію товарів.
36. Пряме порівняння окремих індикаторів конкурентоспроможності з метою визначення переваг і недоліків порівнюваних підприємств - це зміст методу:
- а) рангів;
  - б) різниць;
  - в) балів;
  - г) моделювання.
37. У якій послідовності виконуються етапи стратегічного аналізу:
- а) аналіз ідеї, аналіз можливостей, аналіз виконання, аналіз модернізації, аналіз досвіду;
  - б) аналіз досвіду, аналіз можливостей, аналіз ідеї, аналіз модернізації, аналіз виконання;
  - в) аналіз факторів впливу, аналіз можливостей, аналіз виконання, аналіз досвіду, аналіз результатів;
  - г) аналіз можливостей, аналіз досвіду, аналіз ідеї, аналіз модернізації, аналіз виконання.
38. SWOT-аналіз потенціалу підприємства націлений:
- а) на максимальне задоволення потреб споживачів;
  - б) на забезпечення максимальної ефективності використання потенціалу;
  - в) на визначення привабливості ринку взагалі та виявлення позиції підприємства на ньому;
  - г) на виявлення сил і слабкостей, загроз і можливостей з метою розвитку сил у відповідності з обмеженими можливостями.
39. Яке з наведених тверджень можна вважати перевагою SWOT -аналізу?
- а) об'єктивність вибору та ранжування факторів зовнішнього і внутрішнього середовища;

- б) добра адаптація до середовища, що постійно змінюється;
- в) потужна підтримка прийняття конкретних управлінських рішень;
- г) періодична діагностика ринку та ресурсів підприємства.

40. В процесі формування корпоративної стратегії фірми з допомогою SWOT - аналізу визначаються:

- а) стратегія адаптації до середовища і стратегія адаптації до ресурсів підприємства;
- б) стратегія адаптації до середовища і стратегія формування середовища;
- в) стратегія активного наступу і стратегія пасивної оборони;
- г) ділова, функціональна і операційна стратегії.

41. До складу факторів, що характеризують сильні і слабкі сторони підприємства, не належить:

- а) репутація (імідж);
- б) соціальна відповідальність;
- в) законодавча і нормативна база;
- г) трудові ресурси.

42. Забезпечення потреби в матеріальних ресурсах виключно за рахунок позикових коштів можна розглядати як:

- а) силу підприємства;
- б) слабкість;
- в) зовнішню можливість;
- г) зовнішню загрозу.

43. Сума різниць між експертними оцінками внутрішніх (факторів підприємства, що досліджується, і найвищими оцінками серед конкурентів - це:

- а) показник інтенсивності конкуренції;
- б) рівень нестабільності внутрішнього середовища підприємства;
- в) звичайна конкурентна сила підприємства;
- г) абсолютна конкурентна сила підприємства.

44. Якої групи критеріїв немає у моделі SPACE:

- а) маркетингові можливості підприємства;
- б) конкурентоздатність підприємства і його становище на ринку;
- в) привабливість сектора (галузі), у якому (якій) функціонує підприємство;
- г) стабільність сектора (галузі), у якому (якій) функціонує підприємство.

45. На якому організаційному етапі аналізу за методом SPACE визначаються конкретні показники для оцінки:

- а) на початковому;
- б) на етапі розробки критеріїв;
- в) на етапі узгодження стратегії;
- г) на завершальному етапі.

46. Якщо вектор спрямовується у нижній лівий квадрант системи координат SPACE, рекомендованою стратегією є:

- а) консервативна стратегія;
- б) захисна стратегія;
- в) конкурентна стратегія;
- г) агресивна стратегія.

47. Стратегія розширення діяльності відповідно до моделі SE/McKinsey рекомендується за умов :

- а) високої привабливості ринку та хиткого стратегічного стану підприємства;
- б) високої привабливості ринку та середньої конкурентоспроможності потенціалу підприємства;
- в) середньої привабливості ринку та середньої стратегічної позиції підприємства;
- г) низької привабливості ринку та високої конкурентоспроможності потенціалу підприємства.

## **ТЕМА 7**

### **ОРГАНІЗАЦІЯ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ**

1. Стратегічна група конкурентів – це:

- а) певна кількість підприємств, що функціонують в одній галузі;
- б) певна кількість підприємств, що займають близькі позиції на ринку та конкурують між собою на основі одних і тих самих конкурентних переваг та однаковими методами;
- в) певна кількість підприємств, що мають однаковий профіль;
- г) немає вірної відповіді.

2. При побудові “карти стратегічних груп” розміри кола повинні позначати:

- а) розміри даного підприємства;
- б) частку ринку, що обслуговується окремим підприємством;
- в) частку ринку, що обслуговується окремою стратегічною групою;
- г) всі відповіді є вірними.

3. Визначте з-поміж запропонованих елементи моделі “стратегії конкурентної боротьби” К. Омаї:

- а) агресивна ініціатива;

- б) орієнтація на “показники корисності” продуктів з погляду клієнтів;
  - в) наявність ключових факторів успіху;
  - г) всі відповіді є вірними.
4. Яка з наведених умов визначає вибір стратегії “лідерування на основі зниження витрат”:
- а) наявність унікальних якостей продукту;
  - б) чутливість обсягу продажу до рівня ціни на продукт;
  - в) орієнтація на певну групу споживачів;
  - г) особливості сегмента ринку даної продукції.
5. Певного типу дія, наповнена конкретним змістом, яка здійснюється для досягнення мети, з установленими терміном, виконавцем (співвиконавцем) та забезпечена необхідними матеріально-технічними ресурсами – це:
- а) проект;
  - б) програма;
  - в) програмне завдання;
  - г) немає вірної відповіді.
6. Проект – це:
- а) одноразова сукупність цілей, задач і дій, що мають системні характеристики відносно: взаємозв’язку ресурсів, послідовності використання робіт та залучення спеціалістів певної кваліфікації;
  - б) координуючий, адресний документ, що являє собою сукупність економічно та науково обґрунтованих, зорієнтованих на досягнення загальної мети заходів різного типу, взаємопов’язаних між собою;
  - в) певного типу дія, наповнена конкретним змістом, яка здійснюється для досягнення мети, з установленими терміном, виконавцем (співвиконавцем) та забезпечена необхідними матеріально-технічними ресурсами;
  - г) немає вірної відповіді.
7. Організаційні плани є:
- а) постійно діючими;
  - б) одноразовими;
  - в) розпорядженнями керівників, оформленими певним чином;
  - г) немає вірної відповіді.
8. Стратегічний план відіграє таку роль у діяльності організації :
- а) задає напрямок діяльності;
  - б) стимулює координацію різних напрямків діяльності;
  - в) визначає альтернативні дії;
  - г) забезпечує досягнення запланованих результатів.

9. Який основний недолік організаційної структури управління заважає здійсненню стратегічної діяльності:

- а) ієрархічність;
- б) стабільність, заснована на ретельному поділі праці (спеціалізації);
- в) універсальність діяльності окремих ланок;
- г) гнучкість.

10. Потреба в “стратегічній реакції” організації найбільшою мірою реалізується в:

- а) “двоїстий” структурі управління;
- б) лінійно-функціональній структурі;
- в) дивізійній структурі;
- г) немає вірної відповіді.

11. У стратегічному управлінні організаційні структури управління повинні відповідати такій основній вимозі:

- а) стабільності;
- б) ієрархічності;
- в) поділу праці;
- г) орієнтації на виявлення проблем і прийняття нових рішень.

12. Децентралізовані організаційні структури з перехресним фінансуванням СГЦ використовуються у фірмах з :

- а) обмеженою диверсифікованістю;
- б) розвиненою диверсифікованістю;
- в) відносною нестачею ресурсів для розвитку фірми;
- г) міжнародними філіями.

13. Підприємницький тип реакції ОСУ має таку характеристику:

- а) оптимізація прибутків у короткостроковій перспективі, об’єднання виробничо-збутових ланок, реакція на попит, універсалізація та інтеграція;
- б) забезпечення довгострокового існування підприємства, оптимізація прибутків у довгостроковій перспективі, самооновлення на основі передбачення та формування майбутнього, адаптація до майбутнього на основі системи стратегій, гармонізація видів діяльності;
- в) пошук і реалізація “прибуткових ідей”, балансування різних напрямків діяльності, розвиток зовнішніх комунікацій;
- г) немає вірної відповіді.

14. Стратегічний тип реакції ОСУ має таку характеристику:



- а) оптимізація прибутків у короткостроковій перспективі, об'єднання виробничо-збутових ланок, реакція на попит, універсалізація та інтеграція;
- б) забезпечення довгострокового існування підприємства, оптимізація прибутків у довгостроковій перспективі, самооновлення на основі передбачення та формування майбутнього, адаптація до майбутнього на основі системи стратегій, гармонізація видів діяльності;
- в) пошук і реалізація “прибуткових ідей”, балансування різних напрямків діяльності, розвиток зовнішніх комунікацій;
- г) немає вірної відповіді.

15. Конкурентний тип реакції ОСУ має таку характеристику:

- а) оптимізація прибутків у короткостроковій перспективі, об'єднання виробничо-збутових ланок, реакція на попит, універсалізація та інтеграція;
- б) забезпечення довгострокового існування підприємства, оптимізація прибутків у довгостроковій перспективі, самооновлення на основі передбачення та формування майбутнього, адаптація до майбутнього на основі системи стратегій, гармонізація видів діяльності;
- в) пошук і реалізація “прибуткових ідей”, балансування різних напрямків діяльності, розвиток зовнішніх комунікацій;
- г) немає вірної відповіді.

16. Економічні відносини між учасниками виробництва товарів та послуг базуються на:

- а) розподілі результатів діяльності у формі використання, розпорядження та володіння, прояв яких зумовлюється відносинами власності;
- б) підприємстві, що забезпечує динамічний розвиток суспільства;
- в) вивченні ринку товарів, інноваційній, виробничій та соціальній діяльності;
- г) всі відповіді є вірними.

17. Фінансово-економічне забезпечення стратегічного управління підприємством – це:

- а) сукупність структурних і динамічних характеристик економічних взаємовідносин усередині та поза межами діяльності організації;
- б) проведення фінансової політики держави, фінансове планування, координація фінансових ресурсів, розробка та виконання бюджету, управління боргами;
- в) інститут, що сприяє кредитуванню товарів, розробці системи інновацій, вирішенню соціальних проблем;
- г) немає вірних відповідей.

18. Структура системи фінансово-економічного забезпечення стратегічного управління організацією характеризує:

- а) склад, співвідношення окремих частин та елементів фінансової системи організації, що відображає мету її створення, а також її певні властивості;
- б) постійно діючу систему взаємозв'язку людей, машин, прийомів, які застосовуються для збору, класифікації та аналізу фінансової інформації;
- в) сукупність взаємопов'язаних елементів, що формують загальне ціле, призначене для перемоги у конкурентній боротьбі;
- г) немає вірних відповідей.

19. Основою системи фінансово-економічного забезпечення стратегічного управління організації є:

- а) “бачення” перспектив розвитку підприємства;
- б) ресурсні стратегії розвитку підприємства;
- в) функціональні стратегії розвитку підприємства;
- г) комплексна економічна стратегія підприємства.

20. Варіантом організації стратегічних (резервних) фондів може бути :

- а) формування єдиного фонду, що відіграє роль фінансово-економічного забезпечення для всіх планів, проектів, програм організації;
- б) закупівля акцій інших підприємств для збереження (нарощування) резервних фондів;
- в) створення гнучких бюджетів для забезпечення контролю за використанням стратегічних фондів;
- г) немає вірних відповідей.

21. Найвищий щабель організаційного розвитку, що являє собою складне явище, в якому поєднуються організаційно-адміністративні та соціально-психологічні процеси – це:

- а) організаційна культура;
- б) організаційна структура управління;
- в) стратегічна організаційна культура;
- г) корпоративна культура.

22. Основним недоліком методу впровадження змін – “керування опором” - є:

- а) значний опір змінам;
- б) повільне одержання результатів;
- в) складність;
- г) ризик невдачі.

23. Щодо ризику виділяють такі типи організаційної культури:

- а) еволюційна та підприємницька;
- б) культура “якості”, “творення”, “продуктивності”, “підтримки”;
- в) консервативна та адаптивна;

г) всі відповіді вірні.

24. За наявності достатнього часу для проведення змін використовується такий метод впровадження змін:
- а) керування опором;
  - б) адаптація;
  - в) примус;
  - г) криза.
25. База стратегічних даних являє собою:
- а) програмний комплекс, що обслуговує певну структуру даних;
  - б) програмний комплекс, що забезпечує розрахунок деякої структури показників діяльності організації;
  - в) стислий системний опис найсуттєвіших стратегічних елементів, що належать до зовнішнього середовища підприємства;
  - г) форма подання інформації про стратегічну діяльність організації.
26. Головне призначення інформаційно-управлінської системи полягає в:
- а) поданні необхідної інформації керівникам у певний термін;
  - б) забезпеченні безперебійної діяльності організації;
  - в) попередженні банкрутства;
  - г) автоматизації процесів управлінського обліку.
27. Сутність стратегічного контролю полягає в:
- а) спостереженні та оцінці процесу стратегічного управління;
  - б) забезпеченні правильного виконання поточних та стратегічних планів організації;
  - в) забезпеченні вчасного виконання стратегічних планів організації;
  - г) забезпеченні підвищення продуктивності праці робітників.
28. Головна мета контролю полягає в:
- а) сприянні зближенню фактичних і необхідних результатів робіт, що виконуються;
  - б) забезпеченні необхідного рівня мотивації персоналу;
  - в) налагодженні зв'язків з бізнес-процесами в організації;
  - г) встановленні реальних параметрів і планових показників.
29. Інформаційно-управлінська система дає змогу:
- а) складати прогнози розвитку подій;
  - б) простежувати події у середовищі організації-конкурента;
  - в) економити на масштабах виробництва;
  - г) всі відповіді вірні.

30. Які показники надають можливість оцінювати та контролювати функціональну стратегію “підприємницька активність” у підприємствах ресторанного господарства:

- а) кількість асортиментних позицій, коефіцієнт оновлення асортименту, товарообіговість;
- б) товарообіг на 1 місце, частка товарообіг з продукції власного виробництва;
- в) рівень валових доходів, рівень витрат, частка позикового капіталу, рентабельність власного капіталу;
- г) немає вірних відповідей.

31. Стратегічні профілі використовуються при розробці:

- а) місії підприємства;
- б) функціональних цілей діяльності;
- в) ключових цілей розвитку підприємства;
- г) функціональних стратегій підприємства.

32. Які показники надають можливість оцінювати та контролювати функціональну стратегію “виробництво” у підприємствах ресторанного господарства:

- а) кількість асортиментних позицій, коефіцієнт оновлення асортименту, товарообіговість;
- б) товарообіг на 1 місце, частка товарообіг з продукції власного виробництва;
- в) рівень валових доходів, рівень витрат, частка позикового капіталу, рентабельність власного капіталу;
- г) немає вірних відповідей.

33. Які показники надають можливість оцінювати та контролювати функціональну стратегію “фінанси” у підприємствах ресторанного господарства:

- а) кількість асортиментних позицій, коефіцієнт оновлення асортименту, товарообіговість;
- б) товарообіг на 1 місце, частка товарообіг з продукції власного виробництва;
- в) рівень валових доходів, рівень витрат, частка позикового капіталу, рентабельність власного капіталу;
- г) немає вірних відповідей.

34. Основною цільовою установкою при розробці ключових цілей розвитку підприємств ресторанного господарства є:

- а) підвищення ефективності управління підприємством;
- б) підвищення якості продукції;

- в) рівень якості обслуговування споживачів;
- г) підвищення продуктивності праці робітників.

35. Яку функціональну стратегію характеризують такі показники: кількість структурних одиниць підприємства, рівень витрат на рекламу:

- а) з менеджменту;
- б) з маркетингу;
- в) з персоналу;
- г) з виробництва.

36. Яка стратегія обирається на підставі визначених підприємством ключових цілей розвитку:

- а) глобальна;
- б) базова;
- в) функціональна;
- г) маркетингова.

37. Яка функціональна стратегія підприємства може бути оцінена на підставі визначення темпів зростання товарообіг та рентабельності продажу:

- а) з менеджменту;
- б) з маркетингу;
- в) з персоналу;
- г) з виробництва.

## СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Ткачова С.С. Стратегічний менеджмент [Текст] : навч. пос. / С. С. Ткачова, Т. С. Пічугіна, О. П. Ткаченко. – Х. : ХДУХТ, 2019. – 213 с.
2. Забродська Г.І., Забродська Л.Д., Пічугіна Т.С., Грінько А.П. Стратегічний менеджмент: Частина 1 «Теоретичні засади формування системи стратегічного управління в організації»: навч. посібник у структур.- логіч. схемах /– Х. : ХДУХТ, 2017- 119с.
3. Ансофф И. Стратегический менеджмент. – СПб: Питер, 2009. – 344с.
4. Веснин В. Стратегическое управление. Учебник. – М.: Проспект, 2017. – 328 с.
5. Власова Н. О. Оцінка конкурентоспроможності підприємств ресторанного господарства [Текст] : монографія / Т. В. Андросова, Н. О. Власова, О. А. Круглова, Н. В. Михайлова. – Харків : ХДУХТ, 2010. – 219 с.
6. Дикань В. Л. Стратегічне управління : навч. посіб. / В. Л. Дикань, В. О. Зубенко, О. В. Маковоз, [та ін.]. – Київ : ЦУЛ, 2013. – 272 с.
7. Краснокутська Н. С. Стратегічне управління : навч. посібник / Н. С. Краснокутська, І. А. Кабанець ; Нац. техн. ун-т "Харків. політехн. ін-т". – Харків : НТУ "ХП", 2017. – 460 с.
8. Краснокутська Н. С. Потенціал підприємства: формування та оцінка [Текст] : навчальний посібник / Н. С. Краснокутська. – Київ: Центр навчальної літератури, 2005. – 352 с.
9. Менеджмент ресторанного господарства : навч. посіб. / [Г. Т. П'ятницька, Н. О. П'ятницька, Л. В. Лукашова та ін.] ; за ред. Г. Т. П'ятницької. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2010. – 430 с.
10. Пирс Дж.А., Робинсон Р.Б. Стратегический менеджмент. – СПб: Питер, 2013. – 560 с.
11. П'ятницька Г. Т. Інноваційні ресторани технології: основи теорії : навч. посіб. для вищ. навч. закл. / Г. Т. П'ятницька, Н. О. П'ятницька. – К. : Кондор видавництво, 2013. – 250 с.
12. П'ятницька Г. Т. Ресторанне господарство України: ринкові трансформації, інноваційний розвиток, структурна переорієнтація : монографія / Г. Т. П'ятницька. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2007. – 465 с.
13. П'ятницька Г. Т. Управління підприємством в епоху глобалізму [Текст] : монографія / Г. Т. П'ятницька. – К. : Логос, 2006. – 568 с.
14. Ресторанный бизнес: управляем профессионально и эффективно. Полное практическое руководство / В. К. Сирый, И. О. Бухаров, С. В. Ярков, Ф. Л. Сокирянский. – М. : Эксмо, 2010. – 352 с.
15. Тарнавська Н. Стратегічний менеджмент: практикум [Текст] : навчальний посібник / Н. Тарнавська, О. Напора. – Тернопіль : Карт-бланш : К. : Кондор, 2008. – 287 с.
16. Федонін О. С. Потенціал підприємства: формування та оцінка [Текст] : навч. посібник / О. С. Федонін, І. М. Репіна, О. І. Олексюк. – К. : КНЕУ, 2003.

– 316 с.

17. Шершньова З. Є. Стратегічне управління [Текст] : підручник / З. Є. Шершньова. – 2-ге вид., перероб. і доп. – К. : КНЕУ, 2004. – 699 с.

18. Шталь Т. В. Маркетингові стратегії підприємств ресторанного господарства : монографія / Т. В. Шталь. – Харків : ХДУХТ, 2011. – 274 с.

19. Яцун Л.М. Менеджмент ресторанного господарства : навч. пос. / Л.М. Яцун, Л.Д. Льовшина, О.В. Новікова, О.П. Ткаченко, С.С. Ткачова. – Х. : Світ книг, 2018. – 486 с.

## ІНФОРМАЦІЙНІ РЕСУРСИ

<http://www.dstu.gov.ua> – Офіційний сайт Держстандарту України: законодавча база, стандартизація, сертифікація, метрологія, посилання

<http://www.kmu.gov.ua> – Урядовий портал: Кабінет Міністрів України

<https://www.me.gov.ua/> – Офіційний сайт Міністерства розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України

<http://hotellybid.com.ua/restaur> – інформація про заклади ресторанного господарства та торгівлі при готелях

<http://afisha.birmir.net> – інформація про заклади ресторанного господарства та розвиток мережі ресторанного господарства

<https://bz.ligazakon.ua/> – Готельний бізнес: організаційні моменти

<http://spf.zu.edu.ua/pdf/info/konferencii> – Стратегічні перспективи готельно-ресторанного бізнесу в Україні: досвід, проблеми та інновації»

<https://chdtu.edu.ua/> – Туристичний та готельно-ресторанний бізнес в Україні: проблеми розвитку та регулювання

<https://www.facebook.com/welcomer.net> – Інформаційний ресурс Спільноти гостинності для розвитку туризму і курортів в Україні

<https://www.facebook.com/internationalhospitalityawards/> – Міжнародна премія INTERNATIONAL HOSPITALITY AWARDS®



Навчальне електронне видання  
комбінованого використання  
Можна використовувати в локальному та мережному режимах

# **СТРАТЕГІЧНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ**

Тестовий тренінг

Укладач  
ТКАЧОВА Світлана Сергіївна

Відповідальний за випуск зав. кафедри менеджменту Л.М. Яцун  
План 2021 р., поз. 90

---

Підп. до друку 14.05.2021 р. Один електронний оптичний диск (CD-ROM);  
супровідна документація. Об'єм даних 115 Кб. Тираж 10 прим.

---

Видавець і виготівник  
Харківський державний університет харчування та торгівлі  
вул. Клочківська, 333, Харків, 61051.  
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи ДК№ 4417 від 10.10.2012р.