



**Міністерство освіти і науки України
ДЕРЖАВНИЙ БІОТЕХНОЛОГІЧНИЙ
УНІВЕРСИТЕТ**

**Факультет менеджменту, адміністрування та права
Кафедра менеджменту, бізнесу та адміністрування**

СТРАТЕГІЧНЕ ПЛАНУВАННЯ В МЕНЕДЖМЕНТІ

**засоби діагностики знань (збірник тестових
завдань) для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої
освіти спеціальності 073 «Менеджмент»**

**Харків
2024**

Міністерство освіти і науки України
ДЕРЖАВНИЙ БІОТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Факультет менеджменту, адміністрування та права
Кафедра менеджменту, бізнесу та адміністрування

СТРАТЕГІЧНЕ ПЛАНУВАННЯ **В МЕНЕДЖМЕНТІ**

засоби діагностики знань (збірник тестових
завдань) для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої
освіти спеціальності 073 «Менеджмент»

Затверджено
рішенням навчально-методичної комісії
факультету менеджменту,
адміністрування та права
Протокол № 1
від 17.09.2024 р.

Харків
2024

Схвалено
на засіданні кафедри менеджменту, бізнесу і адміністрування
Протокол №1 від 27.09.2024 р.

Рецензенти:

Т.М. Лозинська, д-р наук з держ. упр., професор, зав кафедри публічного адміністрування та адміністрування Полтавського державного аграрного університету;

Т.Ю. Білоусько, канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри економіки та бізнесу Державного біотехнологічного університету

Стратегічне планування в менеджменті: засоби діагностики знань (збірник тестових завдань) для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності 073 «Менеджмент» / уклад.: О.М. Таран, О.О. Гуторова, Г.П. Пасемко; ДБТУ. – Харків: [б.в.], 2024. 44 с.

Надано тестові завдання обов'язкової навчальної дисципліни «Стратегічне планування в менеджменті», що охоплюють з основні програмні питання.

Відповідальна за випуск: О.М. Таран, канд. екон. наук

© Таран О.М., Гуторова О.О.,
Пасемко Г.П., 2024
© ДБТУ, 2024

ПЕРЕДМОВА

Навчальний процес як складна багатогранна система здійснюється тільки при надійній діагностиці рівня знань студентів у вигляді зворотного зв'язку – через контроль за ходом і результатами навчального процесу. Саме такий зворотний зв'язок здатні забезпечити тести. Тестування, як один із методів контролю є зручним, надійним, оперативним і об'єктивним. Перевірка й оцінювання знань і умінь здобувачів – активний процес, що важливою складовою процесу навчання, адже результат контролю – це показник співвідношення між поставленими цілями навчання і досягнутими результатами; це основа оцінки навчальних досягнень здобувачів, яка характеризує рівень оволодіння знань, умінь і навичок згідно з вимогами навчальних програм та ОПП. У процесі перевірки й оцінювання знань викладачі не лише фіксують фактичні знання, уміння, але й впливають на результати та хід всього навчального процесу.

В основі тестів лежать спеціально підготовлені завдання, які дозволяють швидко, надійно й об'єктивно оцінити знання. Основна відмінність тесту від традиційної контрольної роботи полягає у тому, що він завжди припускає вимірювання. Тому оцінка, що виставляється за підсумками тестування, відрізняється більшою об'єктивністю і незалежністю від можливого суб'єктивізму викладача, ніж оцінка за виконання традиційної контрольної роботи, яка завжди суб'єктивна. Головна відмінна риса тесту – об'єктивність, що гарантується вимірюванням, функція якого полягає в тому, щоб поставляти кількісну інформацію. В методичній розробці надаються тестові завдання для підсумкового контролю рівня засвоєних знань з дисципліни «Стратегічне планування в менеджменті» для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності 073 «Менеджмент», які повністю відповідають її змісту її програми.

1. Характерні особливості системи стратегічного управління певного підприємства залежать від взаємодії таких чинників:

- а) тенденцій змін внутрішнього і зовнішнього середовища;
- б) споживачів, стану конкуренції, постачальників
- в) галузевої належності; розмірів підприємства; типу виробництва, рівня спеціалізації; характеристик виробничого та науково-технічного потенціалу; рівня розвитку управління; рівня кваліфікації персоналу;
- г) здібностей менеджерів та рівня розвитку управління.

2. 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.

3. 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.

4. Стратегічний рівень підприємства (організації) – це:

- а) визначення необхідного для існування та розвитку підприємства кадрового складу з конкретними кількісними (чисельність) та якісними (кваліфікація) показниками;
- б) забезпечення конкурентоспроможності підприємства завдяки вибору адекватних стратегій та нагромадження (підтримки) конкурентних переваг;
- в) частина середовища функціонування організації;
- г) рівень його готовності до ефективних дій у середовищі завдяки розробці та реалізації обґрунтованих стратегічних рішень, що враховують можливості та обмеження розвитку цього підприємства.

5. Стратегічне управління базується на:

- а) концепції підприємства як підприємства як «відкритої, матеріально-речовинної та соціально-економічної системи»;
- б) концепції підприємства як «закритої системи»;
- в) концепції підприємства як «соціотехнічної системи»;
- г) концепції підприємства як «економічної системи».

6. Мислення — це:

- а) узагальнене та опосередковане пізнання світу у процесі практичної та теоретичної діяльності індивіда, засіб творчості особистості;
- б) усвідомлення мети, тобто визначення всіх тих характеристик суб'єктивної корисності (пріоритетів, ступеня досяжності тощо), які сприятимуть або перешкоджатимуть її досягненню;
- в) визначення шляхів досягнення цілей, тобто вибір альтернативних засобів (методів, способів дій), які матимуть найбільший вплив на скорочення часу досягнення цілей;
- г) оцінювання наслідків досягнення цілей з огляду на відносну суб'єктивно-об'єктивну цінність здобутих результатів.

7. При стратегічному управлінні найважливішими критеріями ефективності управління є:

- а) забезпечення прибутковості;
- б) раціональне використання виробничого потенціалу;
- в) своєчасність і точність реакції організації на нові запити ринку і зміни в оточенні;
- г) обсяг виробництва товарів та послуг.

8. Стратегічне управління – це:

- а) довгострокове планування;
- б) набір дій і рішень щодо формування стратегії, яка повинна забезпечити компанії найкраще конкурентне становище в зовнішньому середовищі і досягнення поставлених цілей;
- в) система відслідкування зовнішнього середовища;
- г) аналіз сильних і слабких сторін діяльності організації.

9. Основними елементами системи стратегічного управління є:

- а) стратегічне планування, реалізація стратегії, стратегічний контроль;
- б) суб'єкти й об'єкти стратегічного управління;
- в) стратегія, структура, організаційна культура;
- г) менеджмент, маркетинг, бенчмаркінг.

10. Сучасне стратегічне управління – це:

- а) управління на основі контролю;
- б) управління на основі екстраполяції;
- в) управління на основі екстрених рішень;
- г) управління на основі стратегічного передбачення.

11. Основними складовими процесу стратегічного управління є:

- а) стратегічне планування, реалізація стратегії, стратегічний контроль;

- б) суб'єкти та об'єкти стратегічного управління;
- в) стратегічне планування і тактичне планування;
- г) менеджмент, маркетинг, бенчмаркінг.

12. У чому полягають основні відмінності між стратегічним управлінням в комерційній організації й державній установі?

- а) відмінностей немає;
- б) у комерційній організації можна організувати стратегічне управління, а в державній установі – ні;
- в) є відмінності в способах формування місії й цілей, у способах моніторингу й контролю, у характері відповідальності;
- г) у комерційній організації є місія, а в державній установі немає.

13. Визначіть послідовність етапів еволюції стратегічного управління:

- а) бюджетування, довгострокове планування, стратегічне планування, стратегічне управління;
- б) довгострокове планування, бюджетування, стратегічне планування, стратегічне управління;
- в) стратегічне планування, довгострокове планування, бюджетування, стратегічне управління;
- г) цільове планування, довгострокове планування, стратегічне планування, стратегічне управління;

14. Яка з наведених характеристик відповідає етапу розвитку стратегічного управління «бюджетування»?

- а) екстраполяція сформованих у минулому тенденцій розвитку фірми, цей підхід, більш відомий у нас як метод «планування від досягнутого»;
- б) формальне планування, пов'язане з розрахунками відповідних показників, веденням форм фінансової звітності, складання щорічних фінансових кошторисів;
- в) аналіз як внутрішніх можливостей організації, так і зовнішніх конкурентних сил і пошук, шляхів використання зовнішніх можливостей обліком специфіки організації;
- г) комплекс не тільки стратегічних управлінських рішень, які визначають довгостроковий розвиток організації, але і конкретних дій, які забезпечують швидке реагування підприємства на зміну зовнішньої кон'юнктури, що може викликати перегляд цілей і коректування загального напрямку розвитку.

15. Яка з наведених характеристик відповідає етапу розвитку стратегічного управління «довгострокове планування»?

- а) екстраполяція сформованих у минулому тенденцій розвитку фірми, цей підхід, більш відомий у нас як метод «планування від досягнутого»;
- б) формальне планування, пов'язане з розрахунками відповідних показників, веденням форм фінансової звітності тощо, обмежувалося лише складанням щорічних фінансових кошторисів;
- в) аналіз як внутрішніх можливостей організації, так і зовнішніх конкурентних сил і пошук, шляхів використання зовнішніх можливостей обліком специфіки організації;
- г) комплекс не тільки стратегічних управлінських рішень, які визначають довгостроковий розвиток організації, але і конкретних дій, які забезпечують швидке реагування підприємства на зміну зовнішньої кон'юнктури, що може викликати необхідність стратегічного маневру, перегляд цілей і коректування загального напрямку розвитку.

16. Яка з наведених характеристик відповідає етапу розвитку стратегічного управління «стратегічне планування»?

- а) екстраполяція сформованих у минулому тенденцій розвитку фірми, цей підхід, більш відомий у нас як метод «планування від досягнутого»;
- б) формальне планування, пов'язане з розрахунками відповідних показників, веденням форм фінансової звітності тощо, обмежувалося лише складанням щорічних фінансових кошторисів;
- в) аналіз як внутрішніх можливостей організації, так і зовнішніх конкурентних сил і пошук, шляхів використання зовнішніх можливостей обліком специфіки організації;
- г) комплекс не тільки стратегічних управлінських рішень, які визначають довгостроковий розвиток організації, але і конкретних дій, які забезпечують швидке реагування підприємства на зміну зовнішньої кон'юнктури, що може викликати необхідність стратегічного маневру, перегляд цілей і коректування загального напрямку розвитку.

17. Яка з наведених характеристик відповідає етапу розвитку стратегічного управління «стратегічне управління»?

- а) екстраполяція сформованих у минулому тенденцій розвитку фірми, цей підхід, більш відомий у нас як метод «планування від досягнутого»;
- б) формальне планування, пов'язане з розрахунками відповідних показників, веденням форм фінансової звітності тощо, обмежувалося лише складанням щорічних фінансових кошторисів;
- в) аналіз як внутрішніх можливостей організації, так і зовнішніх конкурентних сил і пошук, шляхів використання зовнішніх можливостей обліком специфіки організації;
- г) комплекс стратегічних управлінських рішень, які визначають довгостроковий розвиток організації, конкретних дій, які забезпечують

швидко реагування підприємства на зміну зовнішньої кон'юнктури, що може викликати необхідність стратегічного маневру, перегляд цілей і коректування загального напрямку розвитку.

18. Теорія стратегічного планування і управління на стадії становлення була розвинена:

- а) американськими дослідниками бізнесу і консультаційних фірм;
- б) першими стратегами;
- в) європейською школою менеджменту;
- г) дослідниками бізнесу і консультаційних фірм усіх країн світу.

19. Використання минулого досвіду при побудові довгострокових планів було характерним для концепції:

- а) управління на основі контролю виконання;
- б) управління на основі екстраполяції;
- в) управління на основі передбачення змін;
- г) управління на основі гнучких термінових рішень.

20. Детальний, всебічний, комплексний план, набій дій і рішень, які керівництво розробляє та приймає для досягнення цілей:

- а) стратегія;
- б) місія;
- в) політика;
- г) тактика.

21. Забезпечення впровадження змін в організації шляхом розподілу ресурсів, адаптації до зовнішнього середовища, внутрішньої координації та забезпечення майбутніх змін у діяльності – це основне завдання, яке вирішує:

- а) політика;
- б) тактика;
- в) стратегія;
- г) планування.

22. Стратегію підприємства здебільшого розробляє:

- а) найвище керівництво;
- б) керівники всіх рівнів управління;
- в) керівники функціональних служб;
- г) всі бажаючі.

23. За рівнем управління, на якому розробляють стратегію, розрізняють:

- а) корпоративну, ділову, функціональну, оперативну стратегію;

- б) стратегію зростання, стабілізації, скорочення;
- в) активну, пасивну стратегію;
- г) фінансову, соціальну, адаптивну стратегію.

24. За стадією «життєвого циклу» підприємства розрізняють:

- а) корпоративну, ділову, функціональну, оперативну стратегію;
- б) стратегію зростання, стабілізації, скорочення;
- в) активну, пасивну стратегію;
- г) фінансову, соціальну, адаптивну стратегію.

25. За характером поведінки організації на ринку розрізняють:

- а) корпоративну, ділову, функціональну, оперативну стратегію;
- б) стратегію зростання, стабілізації, скорочення;
- в) активну, пасивну стратегію;
- г) фінансову, соціальну, адаптивну стратегію.

26. Активна стратегія характеризується:

- а) диверсифікацією, технологічною орієнтацією, наступальністю;
- б) концентрацією діяльності фірми на визначеному сегменті ринку;
- в) ринковою орієнтацією, оборонною стратегією;
- г) використанням вже перевірених управлінських рішень і методів.

27. Основний напрям дій, слідування якому в довгостроковій перспективі має привести організацію до мети – це:

- а) стратегія;
- б) місія;
- в) тактика;
- г) управління.

28. Найбільш поширені, перевірені практикою стратегії розвитку бізнесу називають:

- а) базисними;
- б) ринковими;
- в) інтегрованими;
- г) корпоративними.

29. До стратегій концентрованого зростання належать стратегії, які пов'язані зі зміною:

- а) продукту і/та ринку;
- б) країни виробника;
- в) галузі;
- г) технології.

30. Стратегія, відповідно до якої фірма робить все, щоб з цією продукцією на цьому ринку завоювати найкращі позиції:

- а) стратегія посилення позиції на ринку;
- б) стратегія вертикальної інтеграції;
- в) стратегія ліквідації;
- г) стратегія скорочення витрат.

31. Стратегія, яка передбачає пошук нових ринків для продукції, яка уже виробляється:

- а) стратегія скорочення витрат;
- б) стратегія розвитку ринку;
- в) стратегія інтегрованого зростання;
- г) стратегія ліквідації.

32. Стратегія, яка передбачає зростання за рахунок виробництва нового продукту та його реалізації на існуючому ринку:

- а) стратегія зворотної вертикальної інтеграції;
- б) стратегія скорочення витрат;
- в) стратегія розвитку продукту;
- г) стратегія централізованої диверсифікації.

33. Стратегія бізнесу, яка передбачає розширення організації шляхом додавання нових структур:

- а) стратегії концентрованого зростання;
- б) стратегії інтегрованого зростання;
- в) стратегії диверсифікованого зростання;
- г) стратегії скорочення.

34. Стратегія, яка спрямована на зростання фірми за рахунок придбання постачальників або підсиленню контролю за ними, а також за рахунок утворення дочірніх структур, які є постачальниками:

- а) стратегія зворотної вертикальної інтеграції;
- б) стратегія вертикальної інтеграції;
- в) стратегія горизонтальної диверсифікації;
- г) стратегія розвитку ринку.

35. Стратегія, яка виявляється у придбанні структур, які знаходяться між фірмою та споживачем, або у контролі над ними, тобто контролі над системою розподілу та продажу:

- а) стратегія зворотної вертикальної інтеграції;
- б) стратегія вертикальної інтеграції, що йде вперед;

- в) стратегія горизонтальної диверсифікації;
- г) стратегія розвитку ринку.

36. Стратегії бізнесу, які реалізуються в тому випадку, якщо фірма далі не може розвиватися на цьому ринку із цією продукцією в межах цієї галузі:

- а) стратегії концентрованого зростання;
- б) стратегії інтегрованого зростання;
- в) стратегії диверсифікованого зростання;
- г) стратегії скорочення.

37. Стратегія, яка полягає в тому, що фірма розширяється за рахунок виробництва технологічно нової продукції, яку реалізують на нових ринках:

- а) стратегія розвитку ринку;
- б) стратегія горизонтальної диверсифікації;
- в) стратегія централізованої диверсифікації;
- г) стратегія конгломератної диверсифікації.

38. Стратегії бізнесу, які реалізуються тоді, коли фірма потребує перегрупування сил після довгого періоду зростання або у зв'язку з необхідністю підвищення ефективності, коли спостерігається спад і кардинальні зміни в економіці:

- а) стратегії концентрованого зростання;
- б) стратегії інтегрованого зростання;
- в) стратегії диверсифікованого зростання;
- г) стратегії скорочення.

39. Якщо фірма може проводити послідовну реалізацію кількох стратегій, тоді вважають, що вона реалізує:

- а) комбіновану стратегію;
- б) диверсифіковану стратегію;
- в) концентровану стратегію;
- г) інтегровану стратегію.

40. В заходах по реалізації стратегії приймають участь:

- а) вище керівництво підприємства;
- б) менеджери всіх рівнів управління і робітники підприємства;
- в) керівники всіх функціональних служб;
- г) всі бажаючі.

41. Який рівень стратегії відсутній в одногалузевому підприємстві:

- а) корпоративна;

- б) ділова;
- в) функціональна;
- г) операційна.

41. Стратегія, яка розповсюджується на напрям діяльності компанії:

- а) корпоративна;
- б) ділова;
- в) функціональна;
- г) операційна.

42. До функціональних стратегій належать:

- а) стратегія горизонтальної і вертикальної інтеграції;
- б) стратегія скорочення і ліквідації;
- в) маркетингова і виробнича стратегія;
- г) міжнародна та багатонаціональна стратегія.

43. Значення даної функціональної стратегії зростає в наукомістких сферах бізнесу, в її основі знаходиться управління дослідженнями, розробками, створення та використання нововведень різних типів:

- а) інноваційна стратегія;
- б) виробнича стратегія;
- в) фінансова стратегія;
- г) стратегія управління персоналом підприємства.

44. Виробнича стратегія розробляється відповідно до:

- а) організаційної стратегії;
- б) фінансової стратегії;
- в) маркетингової стратегії;
- г) корпоративної стратегії.

44. За відповідною спрямованістю на діяльність цілі поділяються на:

- а) стратегічні, тактичні, оперативні;
- б) економічні, техніко-технологічні, соціальні, екологічні;
- в) зовнішні та внутрішні;
- г) кількісні та якісні.

45. «Дерево цілей» - це:

- а) це метод розкриття структури системи, при якому за однією ознакою її поділяють на окремі складові;
- б) процес зведення складного явища, процесу або системи до більш простих складових;

в) це ідеальне уявлення про характер діяльності та можливості об'єкта, щодо якого її встановлено, і має відбивати об'єктивні умови його існування;

г) це наочне графічне зображення підпорядкованості та взаємозв'язку цілей, що демонструє розподіл загальної (генеральної) мети або місії на підцілі, завдання та окремі дії.

46. Мета - це:

а) це метод розкриття структури системи, при якому за однією ознакою її поділяють на окремі складові;

б) процес зведення складного явища, процесу або системи до більш простих складових;

в) це ідеальне уявлення про характер діяльності та можливості об'єкта, щодо якого її встановлено, і має відбивати об'єктивні умови його існування;

г) це наочне графічне зображення підпорядкованості та взаємозв'язку цілей, що демонструє розподіл загальної (генеральної) мети або місії на підцілі, завдання та окремі дії.

47. Місія організації як сформульоване положення являє:

а) визначення виду комерційної діяльності організації;

б) сенс існування організації, її філософію;

в) рекламний вислів;

г) характеристику організації.

48. Що являє собою «процес адаптації» в процесі досягнення цілей?

а) процес досягнення якісної мети, задля якої існує організація у ринковій соціально-орієнтованій економіці;

б) погляд вищого керівництва підприємства на те, якою може чи має бути організація (підприємство) за найсприятливішого збігу обставин;

в) це дії, за допомогою яких індивіди намагаються впливати на цілі організації, змінюючи їх;

г) це процес, за допомогою якого забезпечується взаємозв'язок людини та організації, завдяки ототожненню окремими особами цілей організації з власними цілями.

49. Стратегічні цілі – це цілі:

а) які встановлюють для зміцнення ділових позицій організації та її конкурентоспроможності;

б) які спрямовані на одержання конкретних фінансових результатів;

в) які встановлюють для кожного окремого відділу, підрозділу або служби;

г) які встановлюють для окремого працівника.

50. У менеджменті функцією цілевстановлення є функція:

- а) організації;
- б) мотивації;
- в) планування;
- г) контролю.

51. Які цілі встановлюють у першу чергу?

- а) індивідуальні;
- б) оперативні;
- в) довгострокові;
- г) фінансові.

52. Прогноз визначає:

- а) найбільш прийнятний стан системи в межах цього напрямку;
- б) напрямок (напрямки, можливості) розвитку з різним рівнем ризиків;
- в) шлях досягнення мети, «кроки» (послідовні етапи) та окремі «сходинки» руху до них;
- г) концепцію його розвитку підприємства та основні напрямки його ділової активності.

53. Процес встановлення цілей організації здійснюється в такій послідовності:

- а) встановлення індивідуальних цілей – побудова ієрархії цілей – встановлення загальних цілей – аналіз оточення;
- б) аналіз оточення – побудова ієрархії цілей - встановлення загальних цілей - встановлення індивідуальних цілей ;
- в) аналіз оточення – встановлення загальних цілей – побудова ієрархії цілей - встановлення індивідуальних цілей ;
- г) побудова ієрархії цілей - встановлення індивідуальних цілей - встановлення загальних цілей – аналіз оточення.

54. Стратегічне бачення – це:

- а) те, до чого прагне організація, кінцевий результат її діяльності;
- б) призначення, сенс існування організації;
- в) майбутній напрям розвитку організації, поняття, яке визначає, що організація прагне зробити та якою стати;
- г) заява, що відбиває місію організації та напрям її розвитку, короткострокові, середньострокові та довгострокові цілі, а також стратегію.

55. Мета у порівнянні з прогнозом визначає:

- а) найбільш прийнятний стан системи в межах цього напрямку;
- б) напрямок (напрямки, можливості) розвитку з різним рівнем ризиків;
- в) шлях досягнення мети, «кроки» (послідовні етапи) та окремі «сходи» руху до них;
- г) концепцію його розвитку підприємства та основні напрямки його ділової активності.

56. Мета в управлінні — це:

- а) ідеальний образ бажаного, можливого та необхідного стану об'єкта;
- б) те до чого прагнуть;
- в) кінцевий результат діяльності;
- г) всі відповіді вірні.

57. Стратегічні цілі – це цілі:

- а) які встановлюють для зміцнення ділових позицій організації та її конкурентоспроможності;
- б) які спрямовані на одержання конкретних фінансових результатів;
- в) які встановлюють для кожного окремого відділу, підрозділу або служби;
- г) які встановлюються для окремого працівника.

58. Правильно сформульовані цілі мають відповідати таким вимогам:

- а) реальність, конкретність, досяжність; погодженість; вимірюваність; однозначність для сприйняття, ясність; гнучкість;
- б) прийнятність; відображення змісту діяльності;
- в) вимогливість, орієнтація на високий результат, успіх (а не на процес); наукова обґрунтованість;
- г) всі відповіді вірні.

59. Головна, загальна ціль організації, яка визначає причину її існування:

- а) місія;
- б) стратегія;
- в) стратегічний план;
- г) отримання прибутку.

60. Конкретизує статус і забезпечує напрям та орієнтири для визначення цілей:

- а) стратегічний план;
- б) місія;
- в) довгострокова ціль;
- г) прогноз.

61. Формулювання місії має охоплювати:

- а) завдання фірми з погляду її основних послуг і виробів, ринків і технологій, тобто якою підприємницькою діяльністю займається фірма;
- б) зовнішнє середовище стосовно фірми, яке визначає її робочі принципи;
- в) культуру організації, тобто який робочий клімат існує в середині фірми і яких людей він приваблює;
- г) всі вищезгадані складові.

62. Хто формулює місію (програмну заяву) і стратегічне бачення організації?

- а) споживачі;
- б) конкуренти;
- в) власник організації або вище керівництво;
- г) усі разом.

63. Цілі, які розробляються в рамках загальних цілей з основних видів діяльності в кожному структурному підрозділі і можуть виражатися в кількісних і якісних показниках:

- а) специфічні цілі;
- б) стратегічні цілі;
- в) фінансові цілі;
- г) довгострокові цілі.

64. Місія організації як сформульоване положення являє:

- а) визначення виду комерційної діяльності організації;
- б) сенс існування організації, її філософію;
- в) рекламний вислів;
- г) характеристику організації.

65. Описова функція стратегічного аналізу:

- а) поділяє підхід до підприємства як до «відкритої» системи;
- б) створює передумови для виявлення можливих і неможливих тенденцій розвитку середовища;
- в) вимагає дослідження взаємовпливу факторів з визначенням причин, що зумовили наявний стан середовища;
- г) реалізується у вигляді побудови моделей середовища з визначенням найістотніших його елементів.

66. Які цілі встановлюють у першу чергу?

- а) короткострокові;
- б) оперативні;

- в) стратегічні;
- г) фінансові.

67. Ціль – це:

- а) те, до чого прагнуть в конкретний момент часу;
- б) бажаний результат;
- в) зобов'язання досягти конкретних результатів у визначених часових рамках;
- г) усі відповіді правильні.

68. Індивідуальні цілі – це:

- а) які встановлюють для зміцнення ділових позицій організації та її конкурентоспроможності;
- б) які спрямовані на одержання конкретних фінансових результатів;
- в) які встановлюють для кожного окремого відділу, підрозділу або служби;
- г) які встановлюють для окремого працівника.

69. Що являє собою «процес ідентифікації» в процесі досягнення цілей?

- а) якісна мета, задля якої існує організація у ринковій соціально-орієнтованій економіці
- б) погляд вищого керівництва підприємства на те, якою може чи має бути організація (підприємство) за найсприятливішого збігу обставин;
- в) це дії, за допомогою яких індивіди намагаються впливати на цілі організації, змінюючи їх;
- г) це процес, за допомогою якого забезпечується взаємозв'язок людини та організації, завдяки ототожненню окремими особами цілей організації з власними цілями.

70. Стратегічне бачення – це:

- а) те, до чого прагне організація, кінцевий результат її діяльності;
- б) призначення, сенс існування організації;
- в) майбутній напрям розвитку організації, поняття, яке визначає, що організація прагне зробити та якою стати;
- г) заява, що відбиває місію організації та напрям її розвитку, короткострокові, середньострокові та довгострокові цілі, а також стратегію.

71. Що являє собою «місія»?

- а) якісна мета, задля якої існує організація у ринковій соціально-орієнтованій економіці;

- б) погляд вищого керівництва підприємства на те, якою може чи має бути організація (підприємство) за найсприятливішого збігу обставин;
- в) це дії, за допомогою яких індивіди намагаються впливати на цілі організації, змінюючи їх;
- г) це процес, за допомогою якого забезпечується взаємозв'язок людини та організації, завдяки ототожненню окремими особами цілей організації з власними цілями.

72. За вимірваністю цілі поділяються на:

- а) стратегічні, тактичні, оперативні;
- б) економічні, техніко-технологічні, соціальні, екологічні;
- в) зовнішні та внутрішні;
- г) кількісні та якісні.

73. Метод управління, що володіє потенційними можливостями об'єднати планування і контроль:

- а) стратегічне управління;
- б) управління за цілями;
- в) оперативне управління;
- г) стратегічне планування.

74. Стратегічний план розвитку – це:

- а) те, до чого прагне організація, кінцевий результат її діяльності;
- б) призначення, сенс існування організації;
- в) майбутній напрям розвитку організації, поняття, яке визначає, що організація прагне зробити та якою стати;
- г) заява, що відбиває місію організації та напрямок її розвитку, короткострокові, середньострокові та довгострокові цілі, а також стратегію.

75. Яке зі сформульованих положень відбиває зміст функції «планування»?

- а) процес спонукання себе та інших до діяльності для досягнення особистої мети або цілей організації;
- б) процес забезпечення того, що організація дійсно досягає поставлених перед нею цілей;
- в) обумовлює рішення про те, якими повинні бути цілі організації та що потрібно робити, щоб досягти цих цілей;
- г) процес створення структури організації, визначення, хто буде конкретно виконувати конкретні завдання з великої кількості завдань організації.

76. План визначає:

- а) найбільш прийнятний стан системи в межах цього напрямку;
- б) напрямок (напрямки, можливості) розвитку з різним рівнем ризиків;
- в) шлях досягнення мети, «кроки» (послідовні етапи) та окремі «сходи» руху до них;
- г) концепцію його розвитку підприємства та основні напрямки його ділової активності.

77. Яке з наведених стверджень є правильним:

- а) складання стратегічного плану – це функція вищого керівництва;
- б) складання стратегічного плану – це справа консультантів по стратегічному плануванню;
- в) складання стратегічного плану – це функція планового відділу;
- г) складання стратегічного плану – це процес, у якому обов'язково повинні брати участь менеджери всіх рівнів управління, спеціалісти й ті, хто безпосередньо буде його виконувати.

78. Найбільш поширений компонент формального планування:

- а) прогноз;
- б) кошторис;
- в) бюджет;
- г) штатний розпис.

79. «Планова модель» щодо розробки стратегії характеризується тим, що..

- а) використовується в умовах нестабільного середовища; головне тут — урахування зовнішніх імпульсів і можливості перегляду встановлених стратегій, при чому процес розробки та коригування стратегій може бути дещо спонтанним, слабо контрольованим;
- б) стратегія розробляється, виконується та оцінюється у плановому режимі за допомогою різних моделей і методів визначають можливі результати і знаходять найефективніший шлях досягнення цілей;
- в) використовуються більш неформальні методи побудови стратегій, що базуються на особистому досвіді керівника-підприємця, його знаннях щодо логіки функціонування галузі;
- г) керівник є головним стратегом–архітектором, який має вирішальний голос при аналізі, формуванні альтернатив і визначенні основних стратегій.

80. За напрямками діяльності на підприємстві цілі поділяються на:

- а) стратегічні, тактичні, оперативні;
- б) економічні, техніко-технологічні, соціальні, екологічні;
- в) зовнішні та внутрішні;
- г) кількісні та якісні.

81. За спрямованістю дій цілі поділяються на:

- а) стратегічні, тактичні, оперативні;
- б) економічні, техніко-технологічні, соціальні, екологічні;
- в) зовнішні та внутрішні;
- г) кількісні та якісні.

82. «Підприємницька модель» щодо розробки стратегії характеризується тим, що..

- а) використовується в умовах нестабільного середовища; головне тут – урахування зовнішніх імпульсів і можливості перегляду встановлених стратегій, при чому процес розробки та коригування стратегій може бути дещо спонтанним, слабо контрольованим;
- б) стратегія розробляється, виконується та оцінюється у плановому режимі із залученням спеціального штату висококваліфікованих фахівців, які за допомогою різних моделей і методів визначають можливі результати і знаходять найефективніший шлях досягнення цілей;
- в) використовуються більш неформальні методи побудови стратегій, що базуються на особистому досвіді керівника-підприємця, його знаннях щодо логіки функціонування галузі;
- г) керівник є головним стратегом–архітектором, який має вирішальний голос при аналізі, формуванні альтернатив і визначенні основних стратегій.

83. Модель «навчання на досвіді» щодо розробки стратегії характеризується тим, що..

- а) використовується в умовах нестабільного середовища; головне тут – урахування зовнішніх імпульсів і можливості перегляду встановлених стратегій, при чому процес розробки та коригування стратегій може бути дещо спонтанним, слабо контрольованим;
- б) стратегія розробляється, виконується та оцінюється у плановому режимі із залученням спеціального штату висококваліфікованих фахівців, які за допомогою різних моделей і методів визначають можливі результати і знаходять найефективніший шлях досягнення цілей;
- в) використовуються більш неформальні методи побудови стратегій, що базуються на особистому досвіді керівника-підприємця, його знаннях щодо логіки функціонування галузі;
- г) керівник є головним стратегом–архітектором, який має вирішальний голос при аналізі, формуванні альтернатив і визначенні основних стратегій.

84. Одноосібний підхід щодо планування стратегії характеризується тим, що..

- а) використовується в умовах нестабільного середовища; головне тут - урахування зовнішніх імпульсів і можливості перегляду встановлених стратегій, при чому процес розробки та коригування стратегій може бути дещо спонтанним, слабо контрольованим;
- б) стратегія розробляється, виконується та оцінюється у плановому режимі із залученням спеціального штату висококваліфікованих фахівців, які за допомогою різних моделей і методів визначають можливі результати і знаходять найефективніший шлях досягнення цілей;
- в) використовуються більш неформальні методи побудови стратегій, що базуються на особистому досвіді керівника-підприємця, його знаннях щодо логіки функціонування галузі;
- г) керівник є головним стратегом–архітектором, який має вирішальний голос при аналізі, формуванні альтернатив і визначенні основних стратегій.

85. Проект – це:

- а) функціональна область організації, яка вивчає споживачів, їх запити, потреби, характеристики тощо;
- б) форма комунікації, що обслуговує ринок, стимулює попит і просування продукції, послуг, ідей до споживача шляхом інформування про споживчі властивості і якість товару;
- в) унікальне нововведення, при якому досягнення поставлених цілей здійснюються співробітниками організації в межах установленої вартості, термінів і якості виконання;
- г) метод, за допомогою якого дана компанія проводить порівняння своєї діяльності з практикою інших компаній з метою здійснення конкретних змін, що дозволяють поліпшити діяльність компанії і підвищити її конкурентоспроможність.

86. Бюджет визначається як:

- а) метод планування розподілу ресурсів, охарактеризованих у кількісному виразі;
- б) грошове вираження діяльності організації чи споживання ресурсів;
- в) узагальнюючий термін, який використовується для визначення і матеріальних благ, і непомітних послуг;
- г) зміна структури і статусу підприємства шляхом злиття, відокремлення, поглинання, перетворення.

87. З погляду взаємодії з зовнішнім середовищем, організація є:

- а) закритою системою;

- б) складною системою;
- в) відкритою системою;
- г) незалежною системою.

88. Які фактори зовнішнього середовища вивчають у першу чергу, якщо організація починає діяльність за кордоном?

- а) фактори конкуренції;
- б) політичні (правові), економічні, соціокультурні;
- в) споживачів;
- г) технологічні.

89. Макрооточення організації – це:

- а) фактори, що знаходяться з нею в безпосередній взаємодії;
- б) фактори, що створюють загальні умови існування організації;
- в) все те, що оточує організацію зовні;
- г) фактори правового та політичного регулювання.

90. До економічних чинників, які враховують в процесі аналізу зовнішнього середовища належать:

- а) митна, кредитна політика;
- б) рівень зайнятості населенні, платіжний баланс країни, темпи інфляції, стабільність валюти;
- в) зміна демографічних умов, рівень конкуренції;
- г) оцінка поточних стратегій конкурентів, аналіз майбутніх цілей конкурентів.

91. SNW – аналіз досліджує:

- а) внутрішнє середовище;
- б) зовнішнє середовище;
- в) макрооточення організації;
- г) фактори прямого впливу на організацію.

92. До політичних чинників, які враховують в процесі аналізу зовнішнього середовища належать:

- а) середньорічний темп інфляції, рівень розвитку фінансової системи держави;
- б) показники податкової системи та зовнішньоекономічної діяльності країни, дефіцит бюджету країни;
- в) угоди щодо тарифів і торгівлі між країнами, нормативні акти місцевих органів влади й уряду;
- г) життєві цикли різних товарів і послуг, рівень доходів населення.

93. До ринкових чинників, які враховують в процесі аналізу зовнішнього середовища належать:

- а) легкість виходу на ринок, рівень конкуренції, життєві цикли різних товарів і послуг;
- б) кредитна політика місцевих органів влади, дефіцит бюджету;
- в) середньорічний темп інфляції, платіжний баланс країни;
- г) оцінка поточних стратегій конкурентів, аналіз майбутніх цілей конкурентів.

94. Процес, за допомогою якого проводиться діагноз внутрішніх проблем організації:

- а) аудит;
- б) аналіз зовнішнього середовища;
- в) дослідження сильних та слабких сторін внутрішнього середовища;
- г) PEST-аналіз.

95. До складових, що характеризують сильні і слабкі сторони діяльності підприємства, не належать:

- а) репутація (імідж), організаційна культура;
- б) ресурсний потенціал;
- в) законодавча і нормативна база;
- г) компетенції.

96. Сфера внутрішнього середовища організації, яка охоплює процеси, пов'язані з реалізацією продукції:

- а) фінансова;
- б) маркетингова;
- в) виробнича;
- г) організаційна.

97. У процесі формування корпоративної стратегії за допомогою SWOT-аналізу визначаються:

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

98. Сфера внутрішнього середовища організації, яка складається з таких процесів, як взаємодія керівників і виконавців, наймання, навчання персоналу, оцінка результатів праці і стимулювання:

- а) кадрова;
- б) виробнича;
- в) організаційна;
- г) маркетингова.

99. Сфера внутрішнього середовища організації, яка містить комунікаційні процеси, організаційну структуру, норми, правила, процедури, розподіл прав і відповідальності, ієрархію підпорядкування:

- а) кадрова;
- б) маркетингова;
- в) організаційна;
- г) виробнича.

100. Метод, який дозволяє провести вивчення внутрішнього і зовнішнього середовища організації, виявити спочатку сильні та слабкі сторони, а так же загрози і можливості, а далі – встановити зв'язки між ними:

- а) SWOT-аналіз;
- б) PEST-аналіз;
- в) «мозковий штурм»;
- г) матриця БКГ.

101. Інструмент стратегічного аналізу, яким досліджуються політичні, економічні, соціокультурні і технологічні аспекти зовнішнього середовища організації:

- а) PEST-аналіз;
- б) прогнозування;
- в) SWOT-аналіз;
- г) внутрішнє управлінське обстеження.

102. Конкретний інструмент стратегічного аналізу тільки зовнішнього середовища організації:

- а) SNW-аналіз;
 - б) PEST-аналіз;
 - в) SWOT-аналіз;
 - г) внутрішнє управлінське обстеження.
- середовища з визначенням найістотніших його елементів.

103. При проведенні SWOT-аналізу визначаються:

- а) основні стратегічні групи конкурентів фірми;
- б) частка ринку підприємства та темпи її зростання;
- в) сильні та слабкі сторони фірми, загрози і можливості із зовнішнього середовища;

г) п'ять основних сил конкуренції.

104. Основною метою SWOT- аналізу є:

- а) аналіз зовнішнього середовища організації;
- б) аналіз внутрішнього стану організації;
- в) спільні дослідження оточення організації та її внутрішнього стану;
- г) аналіз конкурентоспроможності організації.

105. Які складові входять в ієрархічну модель середовища БКГ (BCG)?

- а) внутрішнє середовище, середовище завдань, зовнішній прошарок середовища;
- б) підприємство, сегмент ринку, галузь, національна економіка, світова економіка;
- в) внутрішнє середовище, зовнішнє середовище;
- г) макросередовище, мікросередовище.

107. Інструмент стратегічного аналізу, яким досліджуються політичні, економічні, соціокультурні і технологічні аспекти зовнішнього середовища організації:

- а) PEST-аналіз;
- б) прогнозування;
- в) SWOT-аналіз;
- г) внутрішнє управлінське обстеження.

108. Які складові входять в модель середовища Ділла і Томпсона ?

- а) внутрішнє середовище, середовище завдань, зовнішній прошарок середовища;
- б) підприємство, сегмент ринку, галузь, національна економіка, світова економіка;
- в) внутрішнє середовище, зовнішнє середовище;
- г) макросередовище, мікросередовище.

109. Процес, який допомагає розпізнати можливості та загрози для досягнення цілей організації:

- а) аналіз зовнішнього середовища;
- б) аналіз внутрішнього середовища;
- в) прогнозування;
- г) реалізація стратегії.

110. Спільне дослідження внутрішнього стану організації та її оточення має назву:

- а) STER – аналіз;

- б) SWOT – аналіз;
- в) SNW - аналіз;
- г) матриця загроз.

111. Складність зовнішнього середовища характеризується:

- а) силою, з якою зміна одного фактора впливає на решту факторів зовнішнього середовища;
- б) відносною швидкістю і різними темпами зміни факторів середовища;
- в) кількістю інформації про середовище та рівнем упевненості у її точності;
- г) системою факторів, що впливають на організацію, зумовлену кількістю, різноманітністю зв'язків і наслідків впливу.

112. Рухомість зовнішнього середовища характеризується:

- а) силою, з якою зміна одного фактора впливає на решту факторів зовнішнього середовища;
- б) відносною швидкістю і різними темпами зміни факторів середовища;
- в) кількістю інформації про середовище та рівнем упевненості у її точності;
- г) системою факторів, що впливають на організацію, зумовлену кількістю, різноманітністю зв'язків і наслідків впливу.

113. Де виявляють можливості й погрози для SWOT – аналізу?

- а) у макрооточенні організації;
- б) у безпосередньому оточенні організації;
- в) у зовнішньому середовищі в цілому;
- г) у внутрішньому середовищі організації.

114. Невизначеність зовнішнього середовища характеризується:

- а) силою, з якою зміна одного фактора впливає на решту факторів зовнішнього середовища;
- б) відносною швидкістю і різними темпами зміни факторів середовища;
- в) кількістю інформації про середовище та рівнем упевненості у її точності;
- г) системою факторів, що впливають на організацію, зумовлену кількістю, різноманітністю зв'язків і наслідків впливу.

115. Чим відрізняються STEP та SWOT – аналіз:

- а) SWOT – аналіз дозволяє синтезувати результати STEP – аналізу та аналізу внутрішнього середовища організації;
- б) предметом SWOT – аналізу виступає і зовнішнє, і внутрішнє середовище організації, а STEP – аналізу тільки внутрішнє середовище;

- в) SWOT – аналіз являє аналіз сил і слабкостей організації, а STEP – аналіз – її можливостей і погроз у зовнішньому середовищі;
 г) STEP – аналіз – це різновид якісного, а SWOT – аналіз – кількісного аналізу.

116. Взаємозв'язок факторів зовнішнього середовища характеризується:

- а) силою, з якою зміна одного фактора впливає на решту факторів зовнішнього середовища;
 б) відносною швидкістю і різними темпами зміни факторів середовища;
 в) кількістю інформації про середовище та рівнем упевненості у її точності;
 г) системою факторів, що впливають на організацію, зумовлену кількістю, різноманітністю зв'язків і наслідків впливу.

117. До основних факторів макросередовища відносять:

- а) економічні, політичні, правові, технологічні, соціокультурні фактори;
 б) ринкові, фактори конкуренції;
 в) споживачів, конкурентів, постачальників;
 г) політичні і правові фактори.

118. До основних факторів безпосереднього оточення відносять:

- а) економічні, політичні, правові, технологічні, соціокультурні фактори;
 б) ринкові, фактори конкуренції;
 в) споживачів, конкурентів, постачальників;
 г) політичні і правові фактори.

119. Метод, що базується на аналізі прямокутної системи координат, де на вертикальній осі відкладається значення внутрішніх параметрів – фінансових показників та показників стабільності, а на горизонтальній осі – значення зовнішніх параметрів – конкурентної переваги підприємства та привабливості галузі:

- а) GE/McKinsey;
 б) PEST-аналіз;
 в) MAI;
 г) SPACE-метод.

120. Стратегічно важливі ринки, на яких продає свою продукцію підприємство, називаються:

- а) стратегічними зонами господарювання;
 б) стратегічними господарськими центрами;
 в) секторами бізнесу;
 г) галузями бізнесу.

121. Фінансові ресурси – це:

- а) ресурси, які невідчутні й неосяжні, але є необхідною умовою для успішного розвитку організації;
- б) ресурси, які необхідні для вкладення в капітальні й поточні (оборотні) активи;
- в) ресурси, які включають матеріальні запаси, землю, будівлі, приміщення, обладнання тощо;
- г) ресурси, які безпосередньо своєю працею забезпечують процес виробництва, збуту, управління тощо.

122. Чим стрижньові (серцевинні) компетенції відрізняються від загальних компетенцій?

- а) дають найкращий результат та відрізняються від конкурентів;
- б) не відрізняються унікальністю і притаманні багатьом організаціям;
- в) не зв'язані з задоволенням запитів клієнтів;
- г) піддаються копіюванню.

123. Бенчмаркінг – це:

- а) функціональна область організації, яка вивчає споживачів, їх запити, потреби, характеристики тощо;
- б) служба, що обслуговує ринок, стимулює попит і просування продукції, послуг, ідей до споживача шляхом інформування про споживчі властивості і якість товару;
- в) унікальне нововведення, при якому досягнення поставлених цілей здійснюються співробітниками організації в межах установленої вартості, термінів і якості виконання;
- г) метод, за допомогою якого дана компанія проводить порівняння своєї діяльності з практикою інших компаній з метою здійснення конкретних змін, що дозволяють поліпшити діяльність компанії і підвищити її конкурентоспроможність.

124. Що є джерелом стрижньових компетенцій?

- а) ресурси (матеріальні та нематеріальні);
- б) компетенції ;
- в) ресурси та компетенції;
- г) людські ресурси;

125. Вважають, що організація має стрижньові компетенції, якщо:

- а) одержує прибуток;
- б) результати діяльності організації вищі, ніж у середньому по галузі;
- в) має престижну торгову марку (імідж);

г) задовольняє потреби клієнтів.

126. Яке визначення найкраще характеризує бенчмаркінг?

- а) удосконалення діяльності на основі комплексного дослідження існуючої практики і майбутніх змін;
- б) комплекс планів вивчення ринку, формування товарного асортименту, цінової політики, комунікаційної та збутової діяльності;
- в) постійний систематичний пошук інформації, спрямований на виявлення факторів продуктивності в конкурентів і запозичення їхнього досвіду;
- г) позиціонування підприємства в галузь, пошук внутрішніх можливостей удосконалення бізнес-процесів.

127. Яка відмінність портфельної (корпоративної) стратегії від конкурентної?

- а) конкурентна стратегія – це вибір у межах однієї конкретної сфери бізнесу, а портфельна – це передусім вибір самих сфер бізнесу;
- б) конкурентна стратегія – це стратегія, що стосується засобів ведення конкурентної боротьби і створення конкурентних переваг, а портфельна – вибір об'єктів інвестування;
- в) портфельна стратегія, звичайно, не конкурентна;
- г) конкурентна стратегія припускає вибір з декількох портфельних стратегій тієї, яка дасть найбільші переваги в конкуренції.

128. Основна мета наступальної стратегій – це:

- а) захист конкурентних переваг та оборона власної позиції на ринку;
- б) створення конкурентних переваг;
- в) створення іміджу компанії;
- г) знищення конкурента.

129. Основна мета захисних стратегій – це:

- а) захист конкурентних переваг та оборона власної позиції на ринку;
- б) створення конкурентних переваг;
- в) створення іміджу компанії;
- г) знищення конкурента.

130. Стратегічний потенціал підприємства – це:

- а) сукупність наявних ресурсів та можливостей для розробки та реалізації стратегії організації;
- б) верхня межа попиту в певний проміжок часу;
- в) максимальний рівень первинного попиту, досягнутий під дією маркетингового тиску всіма конкуруючими організаціями;
- г) верхня межа поточного потенціалу організації.

131. Інтелектуальні ресурси – це:

- а) ресурси, які невідчутні й неосяжні, але є необхідною умовою для успішного розвитку організації;
- б) ресурси, які необхідні для вкладення в капітальні й поточні (оборотні) активи;
- в) ресурси, які включають матеріальні запаси, землю, будівлі, приміщення, обладнання тощо.
- г) ресурси, які безпосередньо своєю працею забезпечують процес виробництва, збуту, управління тощо.

132. До конкурентних переваг продукту відносять:

- а) його вартість;
- б) цінову характеристику та диференціацію;
- в) конкурентна перевага в його положенні на ринку;
- г) схильність до нього споживачів.

133. Стратегія конкуренції компанії містить у собі:

- а) використання різного виду ресурсів організації: матеріальних, фінансових, науково-технічних, кадрових тощо;
- б) захист конкурентних переваг та оборона власної позиції на ринку;
- в) функціональні стратегії, дії і плани керівництва з роботи в умовах галузі, а також те, як менеджери вирішують стратегічні проблеми;
- г) підходи до бізнесу та ініціативи, що вона використовує для залучення клієнтів, ведення конкурентної боротьби і зміцнення своєї позиції на ринку.

134. У чому полягає зміст стратегії «лідерство в ціні»?

- а) стати виробником товару (послуг) з низькими витратами та відмінними характеристиками товару, а потім використовуючи перевагу по витратах, зменшувати ціну порівняно з аналогічними товарами, що виробляє конкурент;
- б) створення стійкої переваги по витратах над конкурентами, а потім використання її як основи боротьби з конкурентами шляхом захоплення частки ринку;
- в) стати виробником товару (послуг) з унікальними та відмінними характеристикам відповідно до запитів споживачів;
- г) конкуренція уваги на вузьку частку ринку (сегмент) та задоволення потреб обраного цільового сегменту краще, ніж це роблять конкуренти.

135. У чому полягає зміст стратегії «диференціації»?

- а) стати виробником товару (послуг) з низькими витратами та відмінними характеристиками товару, а потім використовуючи перевагу по витратах, зменшувати ціну порівняно з аналогічними товарами, що виробляє конкурент;
- б) створення стійкої переваги по витратах над конкурентами, а потім використання її як основи боротьби з конкурентами шляхом захоплення частки ринку;
- в) стати виробником товару (послуг) з унікальними та відмінними характеристикам відповідно до запитів споживачів;
- г) конкуренція уваги на вузьку частку ринку (сегмент) та задоволення потреб обраного цільового сегменту краще, ніж це роблять конкуренти.

136. У чому полягає зміст стратегії «найкращої вартості» (оптимальних витрат)?

- а) стати виробником товару (послуг) з низькими витратами та відмінними характеристиками товару, а потім використовуючи перевагу по витратах, зменшувати ціну порівняно з аналогічними товарами, що виробляє конкурент;
- б) створення стійкої переваги по витратах над конкурентами, а потім використання її як основи боротьби з конкурентами шляхом захоплення частки ринку;
- в) стати виробником товару (послуг) з унікальними та відмінними характеристикам відповідно до запитів споживачів;
- г) концентрація уваги на вузьку частку ринку (сегмент) та задоволення потреб обраного цільового сегменту краще, ніж це роблять конкуренти.

137. Джерела конкурентних переваг, які можна утримувати довгий час і які менш доступні конкурентам:

- а) дешева сировина, робоча сила, масштаб виробництва;
- б) тісні зв'язки з клієнтами, репутація підприємства, патентована технологія;
- в) масштаб виробництва, патентована технологія;
- г) антимонопольна політика держави, інфляція, державні замовлення.

138. Джерела конкурентних переваг низького рангу:

- а) дешева сировина, робоча сила, масштаб виробництва;
- б) тісні зв'язки з клієнтами, репутація підприємства, патентована технологія;
- в) масштаб виробництва, патентована технологія;
- г) антимонопольна політика держави, інфляція, державні замовлення.

139. До технологічних переваг, на використанні яких може базуватись стратегія підприємства належить:

- а) можливість інновацій у виробничі процеси, можливість розробки нових товарів, рівень опанування існуючих технологій;
- б) низька собівартість продукції, якість продукції, високий рівень використання виробничих потужностей;
- в) низькі витрати по реалізації, можливість надавати сервісні послуги;
- г) привабливий дизайн та упаковка, гарантії для споживачів, різноманіття моделей/видів продукції.

140. До виробничих переваг, на використанні яких може базуватись стратегія підприємства належить:

- а) привабливий дизайн та упаковка, гарантії для споживачів, різноманіття моделей/видів продукції;
- б) низька собівартість продукції, якість продукції, високий рівень використання виробничих потужностей;
- в) низькі витрати по реалізації, можливість надавати сервісні послуги;
- г) можливість інновацій у виробничі процеси, можливість розробки нових товарів, рівень опанування існуючих технологій.

141. До збутових переваг, на використанні яких може базуватись стратегія підприємства належить:

- а) привабливий дизайн та упаковка, гарантії для споживачів, різноманіття моделей/видів продукції;
- б) низька собівартість продукції, якість продукції, високий рівень використання виробничих потужностей;
- в) низькі витрати по реалізації, можливість надавати сервісні послуги;
- г) можливість інновацій у виробничі процеси, можливість розробки нових товарів, рівень опанування існуючих технологій.

142. Здатність забезпечити покупця унікальною і більшою цінністю у вигляді нової якості товару, особливих споживчих властивостей чи післяпродажного обслуговування – це:

- а) диференціація;
- б) конкуренція;
- в) концентрація;
- г) інтеграція.

143. Поліпшення технології, удосконалення способів і методів ведення справ – це:

- а) концентрація;
- б) інновація;
- в) конкурентна перевага;

г) інтеграція.

144. Досягнення синергізму серед пов'язаних господарських підрозділів і перетворення його на конкуренту перевагу є частиною:

- а) корпоративної стратегії;
- б) ділової стратегії;
- в) функціональної стратегії;
- г) операційної стратегії.

145. Поняття «портфель (portfolio) бізнесу» використовують для:

- а) визначення загального характеру недавніх придбань фірми і продажу нею частини своєї власності;
- б) визначення критерію розподілу ресурсів і структури капіталовкладень у вироблену продукцію;
- в) визначення стратегії окремих функціональних сфер (маркетинг, виробництво, кадри, фінанси, наукові дослідження й розробки);
- г) для визначення більш (чи менш) різноманітних груп господарських підрозділів, що належать тому самому власнику.

146. Стратегічні одиниці бізнесу (СОБ) можуть охоплювати:

- а) один продукт;
- б) декілька продуктів, що задовольняють схожі потреби;
- г) окремий господарський підрозділ;
- в) продуктово-ринковий сегмент;
- г) один продукт, окремий господарський підрозділ, декілька продуктів, що задовольняють схожі потреби, продуктово-ринковий сегмент.

147. На матриці життєвого циклу:

- а) господарські одиниці розміщено з урахуванням стадії еволюції галузі та сильних сторін в конкурентній боротьбі;
- б) господарські одиниці розміщено з урахуванням ступеню привабливості галузі і становища конкурентної позиції;
- в) розміщено господарські одиниці, що перебувають на різних стадіях життєвого циклу та мають різні темпи росту й різні частки ринку;
- г) господарські одиниці розміщено з урахуванням їх розміру.

148. Зміст портфельної стратегії включає:

- а) розміщення і масштаби майбутніх сфер діяльності, де будуть гнучко виявлятися конкурентні переваги організації, синергізм різних видів діяльності;
- б) використання технологій, управлінських талантів, досвіду;

- в) використання організацією конкурентних переваг потенційних партнерів по бізнесу в цілях даної організації;
- г) багатогранне використання різного виду ресурсів організації: матеріальних, фінансових, науково-технічних, кадрових тощо.

149. Стратегічна зона господарювання – це:

- а) зона найбільшого стратегічного господарського ризику;
- б) перспективний сегмент ринку;
- в) сегмент оточуючого бізнес-середовища, на який організація має (або бажає одержати) вихід;
- г) вільна економічна зона.

150. Стратегічно важливі ринки, на яких продає свою продукцію підприємство, називаються:

- а) стратегічними зонами господарювання;
- б) стратегічними господарськими відділами;
- в) секторами бізнесу;
- г) галузями бізнесу.

151. Сегментація — це

- а) поділ організації на підрозділи, відділи та служби;
- б) ступінь деталізації ринку, згідно з обраними критеріями;
- в) створення ієрархії рівнів управління;
- г) процес створення структури організації.

152. «Портфельний» аналіз і планування дають змогу:

- а) ранжувати СЗГ за ступенем їх переваг і приймати рішення про їх подальший розвиток;
- б) задовольнити потреби певного сегменту ринку;
- в) визначити конкурентний статус підприємства;
- г) визначити місткість ринку.

153. Один із найбільш розповсюджених методів аналізу основних бізнесів підприємства:

- а) матричний;
- б) моделювання;
- в) статистичний;
- г) економічний.

154. Таблиця, в якій порівнюється стратегічні позиції бізнес-одиниць підприємства:

- а) «управлінська сітка» Блейка-Моутона;
- б) піраміда А.Маслоу;
- в) матриця портфелю бізнесів;
- г) матрична структура управління.

155. Горизонтальна вісь матриці БКГ показує:

- а) частку ринку, яку займає стратегічна бізнес-одиниця відносно лідера ринку;
- б) річні темпи зростання галузевого ринку;
- в) наглядну картину порівняльної «сили» кожної бізнес-одиниці в портфелі підприємства;
- г) потребу кожної бізнес-одиниці в фінансуванні.

156. Проблемні стратегічні бізнес-одиниці (СБО) в матриці БКГ називають «знаками питання» у зв'язку з тим, що:

- а) існує складність прийняття рішення відносно їх перспектив;
- б) СБО займають високу відносну частку перспективного ринку;
- в) СБО є безперспективними у стратегічному відношенні;
- г) СБО потребують значних інвестицій для збереження ринкових позицій.

157. Найбільш перспективні стратегічні бізнес-одиниці в портфелі підприємства згідно матриці БКГ:

- а) «знаки питання»;
- б) «собаки»;
- в) «зірки»;
- г) «дійні корови».

158. Згідно з матрицею БКГ для молодих «зірок» характерною є:

- а) потреба в значних інвестиціях для збереження ринкової позиції;
- б) можливість самостійно забезпечувати своє пропорційне ринкове зростання;
- в) відносно висока частка стабільного ринку, який розвивається повільно;
- г) складність прийняття рішення відносно їх перспектив.

159. Згідно з матрицею БКГ «дійні корови» характеризуються:

- а) відносно високою часткою ринку з повільними темпами росту;
- б) відносно високою часткою ринку;
- в) складністю прийняття рішення відносно їх перспектив;
- г) потребою в значних інвестиціях для збереження ринкової позиції.

160. Згідно з матрицею БКГ «зірки» після стабілізації їх на ринку стають:

- а) «собаками»;
- б) «знаками питання»;

- в) «дійними коровами»;
- г) «важкою дитиною».

161. Згідно з матрицею БКГ «собаки» характеризуються:

- а) відносно низькою часткою ринку з низькими темпами росту;
- б) відносно високою часткою ринку;
- в) складністю прийняття рішення відносно їх перспектив;
- г) потребою в значних інвестиціях для збереження ринкової позиції.

162. Згідно з матрицею БКГ як правило безперспективними у стратегічному відношенні є:

- а) «собаки»;
- б) «знаки питання»;
- в) «дійні корови»;
- г) «зірки».

163. Матриця БКГ класифікує бізнес-одиниці підприємства за такими показниками:

- а) конкурентні переваги, галузеве оточення;
- б) відносна частка ринку, темпи зростання галузевого ринку;
- в) привабливість галузі, «сила» бізнесу;
- г) новизна товару, новизна ринку.

164. «Стратегічна прогалина» - це:

- а) підхід до планування стратегій;
- б) модель проведення стратегічних змін;
- в) інтервал між можливостями, зумовленими наявними тенденціями зростання підприємства, та бажаними орієнтирами, необхідними для розв'язання нагальних проблем зростання та зміцнення підприємства в довгостроковій перспективі.
- г) метод, що дозволяє провести аналіз зовнішнього середовища.

165. Яка структура організації є більш ефективною?

- а) функціональна;
- б) елементарна;
- в) дивізійна;
- г) ідеальних структур не існує.

166. Основний критерій оцінки обраної стратегії:

- а) стратегія має відповідати цілям організації;
- б) стратегія має відповідати кваліфікації працівників;
- в) стратегія має відповідати зобов'язанням організації;

г) стратегія має відповідати періоду, протягом якого відбуватимуться зміни.

167. Матриця «товари-ринки» І.Ансоффа призначена для:

- а) усвідомлення керівництвом поточної стратегії;
- б) вибору можливих стратегій підприємства в умовах зростаючого ринку;
- в) аналізу портфелю бізнесів;
- г) вибору стратегії в залежності від темпів зростання ринку і привабливості галузі.

168. Відповідно до матриці «товари-ринки» І.Ансоффа стратегія вдосконалення діяльності передбачає:

- а) забезпечення прибутку за рахунок раціоналізації виробництва і збуту;
- б) розробку нових і вдосконалення існуючих товарів з метою збільшення продажу;
- в) пошук нових ринків/сегментів ринку для вже освоєних товарів;
- г) розробку нових видів продукції одночасно із освоєнням нових ринків.

169. Відповідно до матриці І.Ансоффа товарна експансія передбачає:

- а) забезпечення прибутку за рахунок раціоналізації виробництва і збуту;
- б) розробку нових і вдосконалення існуючих товарів з метою збільшення продажу;
- в) пошук нових ринків/сегментів ринку для вже освоєних товарів;
- г) розробку нових видів продукції одночасно із освоєнням нових ринків.

170. Відповідно до матриці І.Ансоффа стратегія диверсифікації передбачає:

- а) забезпечення прибутку за рахунок раціоналізації виробництва і збуту;
- б) розробку нових і вдосконалення існуючих товарів з метою збільшення збуту;
- в) пошук нових ринків/сегментів ринку для вже освоєних товарів;
- г) розробку нових видів продукції одночасно із освоєнням нових ринків.

.

171. Тимчасова структура, призначена для розробки і впровадження складних проектів:

- а) матрична;
- б) конгломератна;
- в) проектна;
- г) дивізіональна.

172. Яке з наведених нижче визначень відповідає терміну «дивізійна структура»?

- а) процес поділу організації на окремі елементи, кожен з яких має чітко визначену конкретну задачу і обов'язки;
- б) це поділ організації на елементи та блоки за видами товарів (чи послуг), групах споживачів або за географічними регіонами;
- в) це тимчасова структура, що створена для вирішення конкретної задачі;
- г) цей вид структури можна модифікувати у відповідності із змінами у зовнішньому середовищі та потребами самої організації.

173. Яке з наведених нижче визначень відповідає терміну «проектна структура»?

- а) процес поділу організації на окремі елементи, кожен з яких має чітко визначену конкретну задачу і обов'язки;
- б) це поділ організації на елементи та блоки за видами товарів (чи послуг), групах споживачів або за географічними регіонами;
- в) це тимчасова структура, що створена для вирішення конкретної задачі;
- г) цей вид структури можна модифікувати у відповідності із змінами у зовнішньому середовищі та потребами самої організації.

174. Яке з наведених нижче визначень відповідає терміну «адаптивна структура»?

- а) процес поділу організації на окремі елементи, кожен з яких має чітко визначену конкретну задачу і обов'язки;
- б) це поділ організації на елементи та блоки за видами товарів (чи послуг), групах споживачів або за географічними регіонами;
- в) це тимчасова структура, що створена для вирішення конкретної задачі;
- г) цей вид структури можна модифікувати у відповідності із змінами у зовнішньому середовищі та потребами самої організації

175. Яке з наведених нижче визначень відповідає терміну «функціональна департаменталізація»?

- а) процес поділу організації на окремі елементи, кожен з яких має чітко визначену конкретну задачу і обов'язки;
- б) це поділ організації на елементи та блоки за видами товарів (чи послуг), групах споживачів або за географічними регіонами;
- в) це тимчасова структура, що створена для вирішення конкретної задачі;
- г) цей вид структури можна модифікувати у відповідності із змінами у зовнішньому середовищі та потребами самої організації.

176. Який із факторів має першочергове значення для вибору організаційної структури:

- а) технологія;
- б) стратегія;

- в) розмір організації та її галузева приналежність;
- г) динамізм зовнішнього середовища.

177. Типи організаційних культур за класифікацією Хенді поділяються на:

- а) захисників, розвідників, аналітиків, реактивні культури;
- б) лідерів, послідовників, новачків;
- в) культури, засновані на владі; рольові культури; цільові культури; особистісно – орієнтовані культури.
- г) адаптивні, хворі або неефективні, сталі.

178. Типи культур за класифікацією Майзла і Сноу поділяються на:

- а) адаптивні, хворі або неефективні, сталі;
- б) захисників, розвідників, аналітиків, реактивні культури;
- в) лідерів, послідовників, новачків;
- г) культури, засновані на владі; рольові культури; цільові культури; особистісно – орієнтовані культури.

179. Типи культур за класифікацією Томпсона і Стрікленда поділяються на:

- а) лідерів, послідовників, новачків;
- б) захисників, розвідників, аналітиків, реактивні культури;
- в) адаптивні, хворі або неефективні, сталі;
- г) культури, засновані на владі; рольові культури; цільові культури; особистісно – орієнтовані культури.

180. Зміни, які поводяться під час виконання стратегії – це:

- а) оперативні зміни;
- б) стратегічні зміни;
- в) поточні зміни;
- г) обов'язкові зміни.

181. Хто є учасниками реалізації стратегії?

- а) вище керівництво;
- б) менеджери всіх рівнів управління;
- в) менеджери всіх рівнів управління та співробітники організації;
- г) менеджери середнього й низового рівнів управління.

182. Зміни, які поводяться під час виконання стратегії – це:

- а) оперативні зміни;
- б) стратегічні зміни;
- в) поточні зміни;
- г) обов'язкові зміни.

183. Поетапні зміни в організації – це коли:

- а) зміни відбуваються швидко;
- б) зміни не відбуваються взагалі;
- в) зміни розтягнуті в часі на декілька етапів;
- г) усі відповіді правильні.

184. Одномоментні зміни в організації – це коли:

- а) зміни відбуваються швидко;
- б) зміни не відбуваються взагалі;
- в) зміни розтягнуті в часі на декілька етапів;
- г) усі відповіді правильні.

185. Фундаментальні зміни в організації передбачають внесення змін в:

- а) місію та організаційну культуру;
- б) систему мотивування та оплати праці;
- в) норми та правила поведінки;
- г) функціональні стратегії.

186. Перебудова підприємства передбачає:

- а) злиття з аналогічним підприємством;
- б) зміну місії, структури та культури;
- в) зміну виробничого процесу, маркетингової діяльності;
- г) зміну маркетингової діяльності.

187. Радикальне перетворення підприємства передбачає:

- а) зміну маркетингової діяльності.
- б) зміну місії, структури та культури;
- в) злиття з аналогічним підприємством;
- г) зміну виробничого процесу, маркетингової діяльності;

188. Помірне перетворення підприємства передбачає:

- а) зміну виробничого процесу, маркетингової діяльності;
- б) злиття з аналогічним підприємством;
- в) зміну місії, структури та культури;
- г) зміну маркетингової діяльності.

189. Звичайні зміни на підприємстві передбачають:

- а) зміну місії, структури та культури;
- б) злиття з аналогічним підприємством;
- в) зміну виробничого процесу, маркетингової діяльності;
- г) зміну маркетингової діяльності.

190. З якими факторами пов'язаний опір змінам?

- а) відсутністю інформації;
- б) відсутністю довіри до керівництва;
- в) страхом та невпевненістю в майбутньому;
- г) всі відповіді вірні.

191. Готовність організації до змін залежить від:

- а) участі менеджерів, співробітників організації;
- б) культури організації, її розмірів, структури, виду продукту, який вона виробляє, від її позиції на ринку, її віку;
- в) ринку; галузі, в якій працює організація;
- г) бажання співробітників.

192. Подолання опору в процесі управління стратегічними змінами досягається за рахунок:

- а) власного прикладу керівника;
- б) надання відомостей і комунікацій;
- в) примушення;
- г) всі відповіді вірні.

193. В процесі проведення стратегічних змін важко змінювати:

- а) стратегію;
- б) структуру;
- в) організаційну культуру;
- г) місію.

194. Метод впровадження організаційних змін, який небажаний з точки зору негативних соціальних наслідків, однак необхідний в умовах дефіциту часу – це:

- а) адаптація;
- б) криза;
- в) примушування;
- г) управління опором.

195. Джерелом опору під час впровадження стратегічних змін є:

- а) окремі люди та групи людей;
- б) керівники та виконавці;
- в) організаційна система та організаційна культура;
- г) усі відповіді правильні.

196. Метод подолання опору, який має найбільшу ефективність в умовах дефіциту часу, це:

- а) примусове управління змінами;

- б) адаптивне управління змінами;
- в) кризове управління змінами;
- г) метод «аккордеона»;

197. До первинних факторів, що впливають на зміну організаційної культури відносяться:

- а) зовнішній та внутрішній дизайн і оформлення приміщень;
- б) система передачі інформації та організаційні процедури;
- в) ставлення до роботи і стиль поведінки керівників;
- г) філософія та зміст існування підприємства.

198. Метод управління змінами, що має назву "акордеона", характеризується таким основним недоліком:

- а) великий тиск часу;
- б) ризик провалу;
- в) повільність;
- г) складність.

199. Зміни на підприємстві, які проводяться у процесі виконання стратегії, – це:

- а) зміни з подолання опору;
- б) зміни для досягнення організаційного розвитку;
- в) стратегічні зміни;
- г) зміни для досягнення ділового розвитку.

200. Тип змін, коли підприємство змінює галузь і відповідно змінюється продукт та місце на ринку, – це:

- а) перебудова підприємства;
- б) радикальне перетворення підприємства;
- в) злиття з аналогічними підприємствами;
- г) перетворення функціонування підприємства.

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

1. Галушак М. П., Галушак О. Я., Кужда Т. І. Прогнозування соціально-економічних процесів: навчальний посібник для економічних спеціальностей. – Тернопіль: ФОП Паляниця, 2021. 160 с.
2. Гевко О.Б., Шведа Н.М. Стратегічне управління: навч. посіб. для студентів усіх форм навчання напряму 6.030601 «Менеджмент» / О.Б.Гевко , Н.М. Шведа. - Тернопіль: ТНТУ імені Івана Пулюя, 2016. 152 с. URL: <https://elartu.tntu.edu.ua/handle/lib/21483>
3. Гира О.А., Юричина І.А. Форсайт технологія планування стратегічних напрямів розвитку економічних систем. 2019. URL: http://eir.pstu.edu/bitstream/handle/123456789/20953/%D0%92%D0%A1%D0%9D%D0%9F%D0%9A_%D0%95%D0%9F_%D0%9C%D0%B0%D1%80%D1%96%D1%83%D0%BF%D0%BE%D0%BB%D1%8C_2019_p291-293.pdf?sequence=1.
4. Довбня С.Б., Найдовська А.О. Стратегія підприємства. Частина 2: навч. посібник. Дніпро: НМетАУ, 2021. 92 с.
5. Євмешкіна О.Л. Теоретико-методологічні засади модернізації системи державного стратегічного планування в Україні: монографія. Київ: УкрСІЧ, 2017. 394 с.
6. Довгань Л., Каракай Ю., Артеменко Л. Стратегічне управління: навч. посіб. Київ: «Центр навчальної літератури», 2019. 440с.
7. Дорошук Г.А. Управління організаційним розвитком: теоретичні та концептуальні основи: монографія / під ред. С.К. Харічкова. Одеса: Бондаренко М.О., 2016. 196 с.
8. Карпіщенко О.І., Ілляшенко К.В., Карпіщенко О.О. Стратегічне планування: навч. посіб. Суми: Сумський державний університет, 2013. 446 с.
9. Інституційно-організаційні основи проведення форсайт дослідження «Економіка України–2050»: колективна монографія / за наук. ред. д-р екон. наук, проф., чл.-кор. НАН України М.І. Скрипниченко; НАН України, ДУ «Ін-т екон. та прогнозів. НАН України». К., 2021. 492 с. URL: http://ief.org.ua/wp-content/uploads/2022/04/Forsite_Ukraine_2050-3.pdf
10. Краснокутська Н.С. Стратегічне управління: навчальний посібник. Харків: НТУ «ХП», 2017. 460с. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/162863221.pdf>
11. Овсянюк-Бердадіна О. Ф., Островерхов В. М. Управління змінами: навч. посіб. Тернопіль: ЗУНУ, 2023. 148с. URL: <http://dspace.wunu.edu.ua/bitstream/316497/48114/1/%D0%A3%D0%9F%D0%A0%D0%90%D0%92%D0%9B%D0%86%D0%9D%D0%9D%D0%AF%20%D0%97%D0%9C%D0%86%D0%9D%D0%90%D0%9C%D0%98-maket.pdf>
12. Огляд форсайт-практик у публічному секторі: досвід Європарламенту, Великої Британії, Естонії та Фінляндії. URL: https://www.undp.org/sites/g/files/zskgke326/files/migration/ua/Foresight_Public_Sector_update.pdf

13. Пічугіна Т.С., Ткачова С.С., Ткаченко О.П. Управління змінами: навч. посіб. Харків: ХДУХТ, 2017. 226 с.

14. Піжук О.І. Стратегія підприємства: навч. посіб. Державна фіскальна служба України, Університет ДФС України, [та ін.]. Ірпінь, 2018. 390 с.

15. Пилипенко О. В. Стратегічний аналіз: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл; За заг. ред. М. І. Ковалю. Київ: ДП “Вид. дім “Персонал”, 2018. 350 с.

16. Редченко К. І. Стратегічний аналіз у бізнесі : [навч. посіб.] / К. І. Редченко. – [2-ге вид., доп.]. – Л. : «Новий світ-2000», 2003. – 272 с.

17. Стратегія підприємства: навч. посіб. / Т.Б. Хлевицька, М. С. Зашук, О.В. Сергеева [та ін.]; за ред. Т.Б. Хлевицької. Донецьк: ДонНУЕТ, 2014. 455 с.

18. Стратегічне управління: конспект лекцій. Навчальний посібник: навчальний наочний посібник для студентів, які навчаються за спеціальністю 073 «Менеджмент», спеціалізацією «Менеджмент і бізнес адміністрування» / КПІ ім. Ігоря Сікорського; уклад. Л. П. Артеменко. Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2021. 342с. URL: <https://ela.kpi.ua/handle/123456789/45891>

19. Стратегічне планування: навч. посіб. / М.А.Латинін та ін. ; за заг. ред. д.е.н., проф. О.Ю. Амосова. 2-ге вид., перероб. та доп. Х. : Вид-во ХарРІ НАДУ “Магістр”, 2012. 215 с.

20. Стратегічне управління та політичне прогнозування в публічній сфері: навч. посіб. / авт. кол.: С.О. Телешун, І.В. Рейтерович, С.В. Ситник, О.Г. Пужкал та ін.; за заг. ред. С. О. Телешуна, д-ра політ. наук, проф. Київ : НАДУ, 2018. 192 с.

21. Стратегічне планування в менеджменті: курс лекцій для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності 073 «Менеджмент» / Держ. біотехнол. ун-т; уклад.: О.М. Таран, О.О. Гуторова, Г.П. Пасемко. Харків:, 2024. 172 с.

22. Сучасні технології стратегічного управління в умовах євроінтеграції : монографія; за заг. ред. д-ра екон. наук, проф. І. О. Кузнецової ; Одес. нац. екон. ун-т. Харків : ПромАрт, 2018. 184 с

23. Таран О.М. Стратегічне управління: навч. посіб. для здобувачів першого (бакалаврського) рівня спеціальностей 073 «Менеджмент», 281 «Публічне управління та адміністрування» Харк. нац. аграр. ун-т. Харків, 2020. 345с. URL: <http://dspace.knau.kharkov.ua/jspui/bitstream/123456789/2199/4/%D0%BB2.pdf>

24. Тертичка В. В. Стратегічне управління: підручник. Київ: «К.І.С.», 2017. 932 с.

25. Шершньова З.Є. Стратегічне управління: підручник. - 2-ге вид., переробл. і доп. Київ.: КНЕУ, 2004. 699с. URL: <https://ir.kneu.edu.ua/server/api/core/bitstreams/2c7ff2c2-f6cd-4b44-b13d-349bdd93ed4f/content>

Навчальне видання

**СТРАТЕГІЧНЕ ПЛАНУВАННЯ
В МЕНЕДЖМЕНТІ**

засоби діагностики знань
(збірник тестових завдань)
для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
спеціальності 073 «Менеджмент»

Укладачі:

ТАРАН Оксана Миколаївна
ГУТОРОВА Олена Олександрівна
ПАСЕМКО Галина Павлівна

Формат 60x84/16. Гарнітура Times New Roman
Папір для цифрового друку. Друк ризографічний.

Ум. друк. арк. 2,56.

Наклад ___ пр.

Державний біотехнологічний університет
61002, м. Харків, вул. Алчевських, 44.