



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

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

СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ

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

**Харків
2025**

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

СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ

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 № 5
від 21.01.2025 р.

Харків
2025

Схвалено
на засіданні кафедри менеджменту, бізнесу і адміністрування
Протокол № 6 від 17 .01.2025 р.

Рецензенти:

О.В. 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 управління: 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.], 2025. 44 с.

Надано тестові завдання обов'язкової навчальної дисципліни «Стратегічне управління», що охоплюють основні програмні питання.

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

© Таран О.М., Гуторова О.О.,
Пасемко Г.П., 2025
© ДБТУ, 2025

ПЕРЕДМОВА

Сьогодні тестові завдання є надзвичайно поширеними і популярними, оскільки дозволяють швидко визначити рівень знань здобувачів освіти, прискорити обробку отриманої інформації, охопити великі за обсягом масиви вивченого матеріалу. Електронний навчальний курс допоможе слухачам при підготовці та проведенні поточного оцінювання. Як відомо одним із найважливіших елементів в системі дистанційного навчання є тестування, яке потребує правильного формування з урахуванням особливостей здобувачів, специфіки предметної галузі навчання і вимог щодо забезпечення якості знань. Тест як система завдань специфічної форми і відповідного змісту є науково обґрунтованим інструментом оцінювання знань, умінь і навичок студентів, допомагає здійснювати індивідуальний контроль результатів навчання кожного з них, мобільно керувати навчально-виховним процесом. 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.

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 представлено тестові завдання для підсумкового контролю рівня засвоєних знань з дисципліни «Стратегічне управління» для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності 073 «Менеджмент», що 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, 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 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 швидке 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 «сходи» 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 вимірюваністю 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) STEP – 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 стрижневих компетенцій?

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

125. Вважають, що організація має стрижневі 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 конкурентну 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 прогноз. 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. Защук, О.В. Сергєєва [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 ХарPI 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. Пухкал 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: <https://repo.btu.kharkov.ua/handle/123456789/6824>
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 УПРАВЛІННЯ

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.