

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015	Ф-19.09- 05.02/3/076.0 0.1/073.00.1/ Б-2023
	<i>Екземпляр № 1</i>	<i>Арк 44 / 1</i>

## **ЗАТВЕРДЖЕНО**

Науково-методичною радою  
Державного університету  
«Житомирська політехніка»  
Протокол №7 від 30. 03 2023 р.

## **ТЕСТОВІ ЗАВДАННЯ ТА ЗАПИТАННЯ**

**для контролю залишкових знань**

**з дисципліни «Стратегія розвитку підприємства»**

для здобувачів вищої освіти освітнього ступеня «бакалавр»  
спеціальностей 073 «Менеджмент», 076 «Підприємництво,  
торгівля та біржова діяльність»,  
освітньо-професійна програма «Менеджмент»,  
«Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»  
факультет бізнесу та сфери обслуговування,  
кафедра менеджменту, бізнесу та маркетингових  
технологій

Розробник: д.е.н., доцент Олена ЮШКЕВИЧ

Рекомендовано на засіданні  
кафедри менеджменту, бізнесу  
та маркетингових технологій  
\_\_\_ \_\_\_\_\_ 2023 р.,  
протокол № \_\_\_

**Житомир 2023 р**

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015	Ф-19.09- 05.02/3/076.0 0.1/073.00.1/ Б-2021
	<i>Екземпляр № 1</i>	<i>Арк 44 / 1</i>

Тестові завдання та запитання для контролю залишкових знань з дисципліни **«Стратегія розвитку підприємства»** для здобувачів вищої освіти освітнього ступеня «бакалавр» спеціальностей 073 «Менеджмент», 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність», уклад. О.О. Юшкевич. Житомир: Державний університет «Житомирська політехніка». 2023. 50 с.

Укладач: О.О. Юшкевич

Рецензенти:

д.е.н., проф., завідувач кафедри менеджменту, бізнесу та маркетингових технологій Державного університету «Житомирська політехніка» - Тетяна ОСТАПЧУК

к.е.н., доц., кафедри менеджменту, бізнесу та маркетингових технологій Державного університету «Житомирська політехніка» - Ольга ПАЩЕНКО

***Навчальне видання***  
***Олена Олександрівна Юшкевич***

Методичні вказівки видано Державним університетом «Житомирська політехніка»

Комп'ютерний набір: Юшкевич О.О.

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015	Ф-19.09- 05.02/3/076.0 0.1/073.00.1/ Б-2021
	<i>Екземпляр № 1</i>	<i>Арк 44 / 1</i>

## З М І С Т

Мета і завдання проведення екзамену з дисципліни «Стратегія розвитку підприємства».....	4
1. Теоретичні завдання до екзамену з дисципліни «Стратегія розвитку підприємства».....	5
2. Контрольні запитання до тестових завдань з дисципліни «Стратегія розвитку підприємства».....	6
3. Завдання до практичної частини екзамену.....	40
Рекомендована література.....	48

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015	Ф-19.09- 05.02/3/076.0 0.1/073.00.1/ Б-2021
	<i>Екземпляр № 1</i>	<i>Арк 44 / 1</i>

## МЕТА І ЗАВДАННЯ ПРОВЕДЕННЯ ЕКЗАМЕНУ З ДИСЦИПЛІНИ «Стратегія розвитку підприємства»

Усі підприємства в умовах жорсткої конкуренції, ситуації, що швидко змінюється повинні не тільки концентрувати увагу на внутрішньому стані справ на підприємстві, але і виробляти стратегію довгострокового виживання, яка б дозволяла їм пристосовуватись до змін, що відбуваються у зовнішньому оточенні. Сучасний фахівець з підприємництва, торгівлі та менеджменту повинен мати високий рівень знань з базових дисциплін, володіти практичними навичками розв'язання конкретних виробничих ситуацій, вміти аналітично осмислювати економічні явища та процеси, за місцем і часом правильно застосовувати отримані знання, володіти економічним мисленням. Навчальний процес з дисципліни «Стратегія розвитку підприємства» направлений на вирішення вище перерахованих завдань.

У відповідності з навчальним планом підготовки фахівців за спеціальностями 073 «Менеджмент» та 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність», освітній ступінь «Бакалавр» для студентів денної і заочної форм навчання здійснюється атестація рівня фахової підготовки з дисципліни «Стратегія розвитку підприємства». Атестація знань студентів проходить у формі підсумкового екзамену.

Метою екзамену є виявлення та оцінка рівня теоретичних знань студентів та їх практичних навичок, отриманих після вивчення дисципліни «Стратегія розвитку підприємства» за спеціальностями 073 «Менеджмент» та 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність».

Завдання кваліфікаційного екзамену:

- атестація і оцінка теоретичної підготовки студентів з дисципліни «Стратегія розвитку підприємства»;
- виявлення вміння розв'язувати виробничі ситуації, застосовуючи теоретичні знання;
- оцінка вміння економічно мислити.

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідє DSTU ISO 9001:2015	Ф-19.09- 05.02/3/076.0 0.1/073.00.1/ Б-2021
	<i>Екземпляр № 1</i>	<i>Арк 44 / 1</i>

## 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАВДАННЯ ДО ЕКЗАМЕНУ З ДИСЦИПЛІНИ «Стратегія розвитку підприємства»

Теоретичні питання, що потребують розгорнутої відповіді.

1. Суть стратегії підприємства. Стратегія та тактика.
2. Основні теоретичні підходи до розробки стратегії.
3. Рівні стратегічних рішень: корпоративний, діловий, функціональний.
4. Види загальних стратегій та особливості їх застосування.
5. Етапи розвитку стратегічного розвитку.
6. Місія підприємства, її суть та роль.
7. Цілі підприємства їх роль. Функції цілей.
8. Класифікація цілей підприємства.
9. Конкурентне середовище підприємства.
10. Функціональні стратегії.
11. Класифікація стратегій.
12. Етапи процесу формулювання стратегії.
13. Стратегії зростання.
14. Стратегічне управління та конкурентоспроможність підприємства.
15. Загальні конкурентні стратегії.
16. Загрози та позитивні можливості для підприємства, методика їх визначення.
17. Стратегії стабілізації.
18. Організація процесу розробки стратегії.
19. Портфельний аналіз.
20. Стратегія скорочення.
21. Аналіз галузі та конкурентів.
22. Сегментація ринку та стратегічні зони господарювання.
23. Портфельний аналіз підприємства.
24. Види продуктових стратегій та їхні обмеження.
25. Матриця Ансоффа і тримірна схема Абея.
26. Матриці Джeneral-Електрик, Мак-Кінзі, Артура де Літтла та ін. Матриця Бостонської консультативної групи.
27. Застосування матричних моделей для портфельного аналізу.
28. Матриця Мак-Кінсі.
29. Матриця БКГ.

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015	Ф-19.09- 05.02/3/076.0 0.1/073.00.1/ Б-2021
	<i>Екземпляр № 1</i>	<i>Арк 44 / 1</i>

30. Стратегії скорочення.
31. Стратегія управління персоналом.
32. Побудова матриці можливостей.
33. Стратегія управління персоналом.
34. Важливість своєчасного прогнозування змін у зовнішньому середовищі.
35. Фінансова стратегія.
36. Сканування і прогнозування зовнішнього середовища.
37. Стратегії НДДКР.
38. Основні фактори, що впливають на зміст стратегії.
39. Методи оцінки конкурентоспроможності продукції.
40. Конкурентоспроможність підприємства і продукції.
41. Маркетингова стратегія.
42. Стратегічний менеджмент.
43. Матриця БКГ в портфельному аналізі.
44. Модель розробки стратегії бізнесу по Портеру.
45. Види конкурентних стратегій за Портером.
46. Загальна схема розробки стратегії для СОБ та визначення місії та цілей СОБ.
47. Особливості розробки маркетингової та виробничої стратегії.
48. Суть стратегії диверсифікації. Основні методи реалізації стратегії диверсифікації.
49. Поняття бізнес стратегії. Алгоритм розробки бізнес-стратегії.
50. Стратегічна сегментація зовнішнього (конкурентного) середовища

## **2. КОНТРОЛЬНІ ЗАПИТАННЯ ДО ТЕСТОВИХ ЗАВДАНЬ З ДИСЦИПЛІНИ «Стратегія розвитку підприємства».**

### **ТЕМА 1. СТРАТЕГІЯ ПІДПРИЄМСТВА: ПОНЯТТЯ, ЕВОЛЮЦІЯ КОНЦЕПЦІЇ**

1. *Історично термін «стратегія» був запозичений із:*
  - а) політичного лексикону;
  - б) права;
  - в) військового лексикону;
  - г) лексикону державних службовців.

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015	Ф-19.09- 05.02/3/076.0 0.1/073.00.1/ Б-2021
	Екземпляр № 1	Арк 44 / 1

2. Який зміст найбільш точно визначає предмет дисципліни «Стратегія розвитку підприємства»:

- способи формування довгострокових цілей;
- оцінювання потенційних можливостей підприємства;
- стратегічний процес на підприємстві;
- вивчення сильних і слабких сторін підприємства.

3. Яка з перерахованих ознак відповідає етапу стратегічного планування:

а) відхід від уяви, що майбутнє підприємства має бути кращим, ніж сьогодні;

- планування від досягнутого рівня;
- контроль за відхиленнями;
- в основі планування – екстраполяційні прогнози.

4. Необхідність розробки стратегії підприємствами викликано:

- насищенням світового ринку;
- неповнотою інформації про майбутній стан середовища;
- нестабільністю ринкового середовища;
- усі відповіді правильні.

5. Кому належить такий вислів: «Стратегія — це продуманий вибір набору видів діяльності, які забезпечують унікальну природу створеної вартості (цінності)»?

- А. Стрікленду;
- А. Томпсону;
- Г. Мінцбергу;
- Б. Карлофу;
- М. Портеру;
- І. Ансоффу.

6. Сучасна стратегія підприємства — це:

а) метод пристосування й налагодження взаємодії із зовнішнім середовищем та «інструмент» діяльності керівництва й управлінського персоналу;

б) «визначник», «індикатор» основних напрямів досягнення поставленої мети та основа для стратегічного аналізу;

в) обидві відповіді вірні.

7. За змістом стратегія підприємства - це:

а) наказ керівництва;

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015	Ф-19.09- 05.02/3/076.0 0.1/073.00.1/ Б-2021
	Екземпляр № 1	Арк 44 / 1

- б) модель дій, направлена на досягнення цілей підприємства;
- в) рішення, прийняті на зборах директорів або акціонерів;
- г) інструмент для ведення конкурентної боротьби.

8. При визначенні стратегії слід керуватись підходом:

- а) стратегія як процес;
- б) стратегія як результат;
- в) стратегія як засіб;
- в) стратегія як комбінація процесу, засобу та результату.

9. На якому етапі формування і реалізації стратегії підприємства  
можливий зворотний зв'язок:

- а) в процесі реалізації стратегії;
- б) після стратегічного аналізу;
- в) після розробки тактичних і операційних планів;
- г) після завоювання сильних конкурентних позицій.

10. У сучасній літературі з менеджменту описано достатньо  
багато концепцій стратегії. Які з них є основними?

- а) організаційна й управлінська;
- б) філософська й управлінська;
- в) технічно-економічна;
- г) філософська й організаційно-управлінська.

## ТЕМА 2. МІСІЯ І ЦІЛІ ПІДПРИЄМСТВА

1. Стратегічне бачення:

а) готує підприємство до майбутнього та визначає наміри зайняти конкретні ділові позиції;

б) встановлює довгострокові напрями розвитку підприємства, визначає наміри підприємства зайняти конкретні ділові позиції на ринку чи його конкретних сегментах, готує підприємство до майбутнього;

- в) допомагає здійснити аналіз зовнішнього середовища;
- г) встановлює можливості розвитку підприємства.

2. У сучасній економічній літературі робляться висновки, що добре продумане стратегічне бачення:

- а) готує підприємство до майбутнього;
- б) встановлює довгострокові напрями розвитку;
- в) визначає намір підприємства зайняти конкретні ділові позиції;
- г) вірні відповіді — а), в);



Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015	Ф-19.09- 05.02/3/076.0 0.1/073.00.1/ Б-2021
	Екземпляр № 1 Арк 44 / 1	

д) вірні відповіді — б), в);

ж) вірної відповіді немає.

є) вірні відповіді — а), б), в);

3. *Стратегічне бачення — це:*

а) основа світогляду, переконання керівника чи власника підприємства;

б) обрис фізичної границі (меж) інфраструктури підприємства;

в) перспективний погляд на напрями розвитку діяльності організації, базова концепція того, що організація намагається зробити і чого досягти;

г) першочергові завдання підприємства.

4. *Під поняттям «кредо» розуміють:*

а) політичну спрямованість діяльності керівника;

б) загальні вимоги до формалізації мети підприємства;

в) бажаний ринковий результат діяльності підприємства за певний період часу;

г) символ віри, основу світогляду, переконання керівника чи власника підприємства.

5. *Філософія бізнесу поєднує:*

а) мотивацію виробників товарів до використання сучасних, ефективних технологій і прагнення дотримуватися найвищих стандартів у сфері контролю якості товарів;

б) встановлення й підтримання доброзичливих відносин зі споживачами, постачальниками, персоналом та іншими цільовими групами;

в) прагнення до забезпечення комфортних умов і персоналу, і споживачам;

г) усі відповіді правильні.

6. *Вкажіть послідовність формування стратегії підприємства:*

а) формування стратегічного бачення, місії і розробка стратегії;

б) формування кредо керівника чи власника підприємства, стратегічного бачення, мети, розробка стратегії;

в) формування керуючої підсистеми підприємства, керованої підсистеми, розробка стратегії;

г) встановлення мети, яка в подальшому є основою розробки стратегії підприємства

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015	Ф-19.09- 05.02/3/076.0 0.1/073.00.1/ Б-2021
	Екземпляр № 1	Арк 44 / 1

7. Стратегію як мету управління можна визначити як:

- а) ідеальну модель підприємства, в якій реалізується бачення його керівників (власників);
- б) наперед визначений результат діяльності підприємства;
- в) систему управлінських рішень;
- г) систему організаційних рішень.

8. За умови ринкового розвитку економічної системи місію підприємства можна ототожнювати з генеральною метою. Чи вірне це твердження?

- а) частково;
- б) цілком вірне;
- в) цього робити не варто;
- г) щоб так стверджувати, необхідно створити сприятливі умови функціонування й розвитку підприємства.

9. Під місією підприємства, фірми, компанії слід розуміти:

- а) чітко визначений ринковий результат;
- б) план загальних дій задля досягнення визначеного ринкового результату;
- в) систему ретельно відібраних першочергових завдань;
- г) основну, загальну мету організації, чітко виражену причину її існування, її призначення.

10. Стратегічні цілі:

- а) спрямовані на зміцнення конкурентних позицій підприємства на ринку;
- б) передбачають підвищення значень таких показників діяльності підприємства, як обсяг прибутку й віддача від інвестицій;
- в) передбачають підвищення значень таких показників діяльності підприємства, як залучення готівки і збільшення обсягів позик;
- г) передбачають підвищення значень таких показників діяльності підприємства, як обсяг прибутку, віддача від інвестицій, залучення готівки, збільшення обсягів позик і дивідендів.

### ТЕМА 3. СТРАТЕГІЧНИЙ КОНТЕКСТ ПІДПРИЄМСТВА

1. Розширення й покращення номенклатури продукції це одна із:

- а) стратегічних цілей;
- б) фінансових цілей;

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015	Ф-19.09- 05.02/3/076.0 0.1/073.00.1/ Б-2021
	Екземпляр № 1	Арк 44 / 1

- в) складових корпоративної стратегії підприємства.
2. Під поняттям «стратегічний набір» слід розуміти:
- перелік завдань, які необхідно вирішити в першу чергу;
  - перелік завдань на далеку перспективу;
  - систему стратегій різного типу, які формуються і відпрацьовуються підприємством на визначений період часу з урахуванням специфіки його функціонування;
  - набір правил і принципів, які покладено в основу діяльності підприємств на певному сегменті ринку.
3. «Стратегічний набір» підприємства - це:
- система стратегій різного типу;
  - визначена кількість конкретних стратегій;
  - усі відомі стратегії;
  - антикризова програма.
4. До складу стратегій «стратегічного набору» підприємства входять:
- загальна стратегія підприємства і загальні конкурентні стратегії за окремими бізнес-напрямами;
  - стратегії для кожної з функціональних підсистем (підрозділів, служб) підприємства;
  - ресурсні стратегії для досягнення стратегічних цілей загального, функціонального й продуктово-товарного напрямів;
  - усі відповіді вірні;
  - вірні відповіді — б), в).
5. Корпоративна стратегія підприємства передбачає:
- дії щодо зміцнення своїх позицій на ринку й підходи до управління справами всередині організації;
  - вирішення завдань операційного рівня;
  - управлінські рішення стосовно формування маркетингової політики підприємства;
  - наміри керівництва стосовно подальшого розвитку кадрової стратегії.
- б. Ділова стратегія передбачає переважно дії, підходи, зусилля, спрямовані лише на:
- організацію системи управління підприємством;
  - виробництво якісної продукції;

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015	Ф-19.09- 05.02/3/076.0 0.1/073.00.1/ Б-2021
	Екземпляр № 1	Арк 44 / 1

- в) розширення кола потенційних споживачів;
- г) забезпечення успішної діяльності в одній специфічній сфері бізнесу.

7. У чому полягає відмінність між корпоративною і діловою стратегією?

а) у тому, що ці стратегії розробляють керівники різних рівнів управління підприємством;

б) у тому, що корпоративна стратегія – це стратегія для компанії в цілому і сфер її діяльності, а ділова стратегія – це стратегія лише для кожного окремого виду діяльності компанії;

в) ця відмінність умовна;

г) відмінності не існує.

8. За своєю суттю і змістом функціональна стратегія належить до:

а) загального плану управління підприємством;

б) операційного рівня управління підприємством;

в) конкретного плану управління поточною та основною діяльністю підрозділу;

г) стратегічних ініціатив підприємства.

9. Операційна стратегія визначає:

а) загальний напрям розвитку підприємства;

б) як забезпечити виконання стратегічно важливих оперативних завдань, наприклад, купівлю матеріалів, керування запасами, транспортування, ремонт і т. ін.;

в) як забезпечити виконання стратегічних планів;

г) як оновити стратегічні ініціативи підприємства.

10. Хто бере участь у формуванні «стратегічного набору» підприємства?

а) корпоративний керівник;

б) директор підприємства;

в) фахівці всіх рівнів управлінської ієрархії;

г) фахівці операційного рівня.

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015	Ф-19.09- 05.02/3/076.0 0.1/073.00.1/ Б-2021
	Екземпляр № 1	Арк 44 / 1

#### ТЕМА 4. ОЦІНЮВАННЯ ЗОВНІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА ПІДПРИЄМСТВА

1. Успіх діяльності підприємства, фірми, компанії значною мірою залежить від:

- а) накопиченого фінансового ресурсу;
- б) моделі поведінки в ситуації, яка склалася;
- в) правильно сформованого співвідношення виконавців та управлінців;
- г) уміння дуже швидко і правильно виділити значимі фактори, що впливають на вибір.

2. До елементів макросередовища підприємства не належить:

а) банківська установа, в якій відкритий поточний рахунок підприємства;

б) Національний банк України;

в) купівельна спроможність населення;

г) вимоги екологічного законодавства.

3. До зовнішніх відносяться такі фактори:

а) сильні й слабкі сторони підприємства;

б) філософія бізнесу;

в) загальні цінності;

г) корпоративна культура;

д) можливості підприємства та існуючі загрози зовнішнього середовища.

4. Критерій відповідності зовнішньому середовищу дає можливість здійснити таку оцінку стратегії підприємства:

а) якісну;

б) кількісну;

в) якісну й кількісну;

г) комплексну.

5 Зовнішнє середовище підприємства це:

а) все, що знаходиться за межами підприємства;

б) фактори, які прямо не впливають на підприємство, а створюють навколо певну атмосферу;

в) фактори, що безпосередньо діють на підприємство;

г) всі умови і фактори, що знаходяться за межами підприємства і прямо чи опосередковано діють на нього.

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015	Ф-19.09- 05.02/3/076.0 0.1/073.00.1/ Б-2021
	Екземпляр № 1	Арк 44 / 1

6. Макросередовище впливає на економіку підприємства:

- а) через створення певної атмосфери бізнесу;
- б) через мікросередовище;
- в) безпосередньо;
- г) всіма трьома шляхами.

7. Мікросередовище впливає на економіку підприємства:

- а) створюючи певну атмосферу;
- б) безпосередньо;
- в) опосередковано;
- г) через макросередовище.

8. Що виділяється як наслідок аналізу зовнішнього середовища:

- а) загрози;
- б) можливості;
- в) критичні для підприємства фактори;
- г) все назване.

9. Конкурентна позиція підприємства в галузі залежить:

- а) від сил конкуренції, що діють у галузі;
- б) від вибору типу конкурентної стратегії;
- в) від першого і другого?;
- г) від першого і другого.

10. Кого і чого не відносять до сил конкуренції у галузі (за І. Портером):

- а) клієнти і постачальники;
- б) конкуренти, що надійно закріпились у галузі;
- в) загрози з боку товарів-субститутів;
- г) загрози середовища?

11. Високу конкурентоспроможність підприємства, конкурентну перевагу в галузі забезпечують:

- а) стратегія високої якості;
- б) стратегія низьких витрат;
- в) стратегія зростання;
- г) правильні відповіді 1 і 2?

12. Конкурентна перевага означає:

- а) обов'язково значні розміри підприємства;
- б) тривалий період перебування на даному ринку;
- в) доходи, вищі за середньогалузеві, забезпечені

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015	Ф-19.09- 05.02/3/076.0 0.1/073.00.1/ Б-2021
	Екземпляр № 1	Арк 44 / 1

високим потенціалом і компетенцією в галузі;

г) чи правильні відповіді 1 і 2?

13. Що не відноситься до характеристики конкурентних переваг високого порядку:

- а) дешева робоча сила;
- б) унікальна технологія;
- в) стійка конкурентоспроможність

## ТЕМА 5. АНАЛІЗ СТРАТЕГІЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

1. У сучасній економічній літературі поняття «організація» розглядається як деякий відносно відокремлений структурний підрозділ у загальній системі суспільного розподілу праці. Критеріями такого відокремлення є:

- а) економічна самостійність;
- б) організаційна цілісність і можливість виокремлення загального результату роботи;
- в) економічна самостійність, організаційна цілісність і можливість виокремлення загального результату роботи, наявність спеціалізованих інформаційних структур;
- г) наявність спеціалізованих інформаційних структур.

2. До внутрішніх відносяться такі фактори:

- а) сильні й слабкі сторони підприємства;
- б) рівень конкуренції;
- в) соціальні, політичні та інші регулюючі норми;
- г) привабливість галузі;
- д) можливості підприємства та існуючі загрози зовнішнього середовища.

3. Слабкі й сильні сторони підприємства, його конкурентні можливості визначають здебільшого:

- а) загальні цінності підприємства;
- б) сферу діяльності, в якій підприємство може досягти достатнього успіху;
- в) сфери, які є для підприємства найбільш ризикованими;
- г) вірні відповіді — а), б);
- д) вірні відповіді — б), в).

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідас ДСТУ ISO 9001:2015	Ф-19.09- 05.02/3/076.0 0.1/073.00.1/ Б-2021
	Екземпляр № 1	Арк 44 / 1

4. Під потенціалом підприємства в стратегічному управлінні розуміється:

- а) можливість підприємства до швидкої самоліквідації;
- б) підприємницькі здібності головного менеджера;
- в) сукупність можливостей підприємства з випуску товарів і послуг;
- г) обсяг обробленої інформації, її достовірність, своєчасність;
- д) менеджмент, як сукупність теорії, знань та вмінь.

5. Конкурентоспроможність підприємства – це:

- а) здатність підприємства протистояти конкурентам;
- б) ступінь реалізації потенційних можливостей підприємства щодо здобуття й утримання протягом тривалого часу конкурентної переваги;
- в) здатність підприємства продавати такий товар, що користується попитом на ринку;
- г) спроможність підприємства функціонувати на ринку.

6. Які з наведених чинників не впливають на рівень конкурентоспроможності підприємства?

- а) ресурси (потенціал) і продуктивне їх використання;
- б) завантаження виробничих потужностей;
- в) вміння керівництва підприємства отримувати пільгові кредити;
- г) зв'язки керівництва з керівниками регіону, країни, з засобами масової інформації.

7. “Критичні точки” організаційного середовища – це:

- а) найбільш значущі елементи середовища, які впливають на діяльність підприємства та його стратегію;
- б) мінімальний обсяг продажів, що забезпечує беззбитковість роботи підприємства;
- в) рівень кінцевих економічних показників діяльності підприємства, при досягненні якого виникає об'єктивна потреба в корегуванні стратегії.

8. Які фактори конкурентоспроможності можуть бути віднесені до факторів внутрішнього середовища?

- а) система оподаткування;
- б) гнучкість технології;
- в) вимоги екологічного законодавства;
- г) ціни на сировину й матеріали.



Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідас ДСТУ ISO 9001:2015	Ф-19.09- 05.02/3/076.0 0.1/073.00.1/ Б-2021
	Екземпляр № 1	Арк 44 / 1

9. Яке з наведених тверджень можна вважати перевагою SWOT-аналізу?

- а) об'єктивність вибору та ранжування факторів зовнішнього і внутрішнього середовища;
- б) добра адаптація до середовища, що постійно змінюється;
- в) потужна підтримка прийняття конкретних управлінських рішень;
- г) періодична діагностика ринку та ресурсів підприємства.

10. SWOT-аналіз потенціалу підприємства націлений:

- а) на максимальне задоволення потреб споживачів;
- б) на забезпечення максимальної ефективності використання потенціалу;
- в) на визначення привабливості ринку взагалі та виявлення позиції підприємства на ньому;
- г) на виявлення сил і слабкостей, загроз і можливостей з метою розвитку сил у відповідності з обмеженими можливостями.

## ТЕМА 6. СТРАТЕГІЇ БІЗНЕСУ

1. Метою конкурентних стратегій підприємства є:

- а) утримання підприємства «на плаву»;
- б) утримання частки ринку;
- в) швидке досягнення конкурентних переваг на ринку і зацікавлення широкого кола потенційних споживачів;
- г) досягнення значної прибутковості протягом короткого періоду часу.

2. «Стратегічний набір» конкурентних стратегій складається із:

- а) стратегій фокусування та лідерства;
- б) стратегій лідерства у зниженні витрат, диференціації та фокусування;
- в) стратегій диференціації та фокусування;
- г) стратегій диференціації.

3. Яка із стратегій спрямована на забезпечення клієнтів товарами і послугами, які найбільше відповідають їхнім смакам і вимогам?

- а) сфокусована стратегія диференціації;
- б) сфокусована стратегія низьких витрат;
- в) стратегія лідерства у витратах;

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015	Ф-19.09- 05.02/3/076.0 0.1/073.00.1/ Б-2021
	Екземпляр № 1	Арк 44 / 1

- г) стратегія широкої диференціації.
4. Яка із стратегій орієнтована на вузький сегмент покупців, де підприємство випереджає своїх конкурентів за рахунок нижчих витрат?
- а) сфокусована стратегія диференціації;  
б) сфокусована стратегія низьких витрат;  
в) стратегія лідерства у витратах;  
г) стратегія широкої диференціації.
5. Стратегія широкої диференціації спрямована переважно на:
- а) збільшення асортименту вироблюваної продукції;  
б) збільшення обсягів виробництва;  
в) надання вироблюваній підприємством продукції специфічних особливостей, відмінних від особливостей товарів конкурентів;  
г) захоплення нових ринків.
6. Отримання стійких переваг за витратами і використання їх як основи для боротьби з конкурентами шляхом захоплення частки ринку - це мета:
- а) сфокусованої стратегії низьких витрат;  
б) стратегії лідерства у витратах;  
в) стратегії широкої диференціації;  
г) сфокусованої стратегії диференціації.
7. До основних конкурентних стратегій належать:
- а) стратегії лідерства у витратах і широкої диференціації;  
б) стратегії оптимальних витрат і фокусування на низьких витратах;  
в) стратегія фокусування на диференціації;  
г) вірні відповіді — а), б), в);  
д) вірні відповіді — б), в).
8. Загальні конкурентні стратегії (за М. Портером) існують у вигляді:
- а) стратегій позиціонування і лідерства;  
б) стратегій лідерства у зниженні витрат, диференціації і фокусування;  
в) стратегій диференціації і фокусування;  
г) ресурсозабезпечувальних стратегій.
9. Стратегія диференціації в загальному значенні - це:

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015	Ф-19.09- 05.02/3/076.0 0.1/073.00.1/ Б-2021
	Екземпляр № 1 Арк 44 / 1	

- а) процес захоплення нового сегмента ринку;
- б) процес освоєння виробництва нових видів продукції, які раніше підприємством не випускалися;
- в) налагодження партнерських відносин із підприємствами галузі;
- г) вихід підприємства на так звані загальні ринки, тобто ринки інших регіонів, держав;
- д) розділ, розподіл цілого на частки з якісно відмінними характеристиками.

10. Які елементи дають можливість оптимізувати стратегію низьких витрат?

- а) виробничі потужності, витрати на сировину, матеріали, енергоносії, продуктивність праці, система розподілу;
- б) тільки витрати на сировину, матеріали, енергоносії;
- в) тільки система розподілу й витрати на сировину, матеріали, енергоносії;
- г) виробничі потужності й витрати на сировину.

## **ТЕМА 7. СТРАТЕГІЯ ДИВЕРСИФІКАЦІЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА**

1. До виникнення стратегії як науки поведінку на ринку обґрунтовували:

- а) маркетинг;
- б) макроекономіка;
- в) мікроекономіка;
- г) політекономія?

2. Чому в період виникнення стратегії як науки основною конкурентною стратегією стає диференціація товару:

- а) суспільство стало багатшим;
- б) ринки стали насиченими;
- в) незадоволення певної частини суспільства стандартним товаром;
- г) всі відповіді правильні?

3. Конкурентна стратегія диференціації товару означає:

- а) розширення асортименту товару і підвищення його якості;
- б) розширення ринків;
- в) зростання прибутковості;

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015	Ф-19.09- 05.02/3/076.0 0.1/073.00.1/ Б-2021
	Екземпляр № 1	Арк 44 / 1

г) зростання обсягів виробництва?

4. *Стратегія диференціації ринку означає:*

- а) формування нових потреб;
- б) задоволення існуючих потреб;
- в) розширення асортименту товару;
- г) всі відповіді правильні?

5. *Диверсифікація підприємства – це:*

- а) диференціація товару;
- б) диференціація ринку;
- в) диференціація товару і ринку одночасно;
- г) зміна технології?

6. *Диверсифікація виробництва передбачає:*

- а) розвиток маркетингу;
- б) розвиток технології;
- в) диференціацію товару;
- г) розвиток технології і маркетингу одночасно?

7 *Головний наслідок диверсифікації підприємства:*

- а) стабілізація бізнесу;
- б) зниження вразливості від несподіваних змін середовища
- в) підвищення конкурентоздатності;
- г) всі відповіді правильні?

8. *Яким переважно фактором підвищення ефективності виробництва є диверсифікація:*

- а) технологічним;
- б) організаційно-економічним;
- в) науково-технічним;
- г) соціальним?

9. *Значення диверсифікації у розробці портфельної стратегії;*

- а) забезпечує гнучкість портфеля;
- б) є одним із напрямків розвитку, що сприяє стабільності і конкурентоспроможності;
- в) обидві відповіді правильні;
- г) правильних відповідей тут немає?

10. *Причинами диверсифікації є:*

- а) суттєві зміни на ринках чи в технологіях;
- б) різкі переривчасті зміни середовища підприємства;

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015	Ф-19.09- 05.02/3/076.0 0.1/073.00.1/ Б-2021
	Екземпляр № 1	

в) різка активізація маркетингової діяльності;

г) правильні відповіді 1 і 2?

*11. До диверсифікації вдаються тоді, коли:*

а) підприємство не досягає цілей в рамках наявного бізнес-портфеля;

б) можливості підприємства перевищують його цілі;

в) цілі не співставляються з можливостями, рішення приймаються спонтанно, виходячи з амбіцій власників;

*12. Диверсифікація є способом реалізації наступних стратегій:*

а) функціональних;

б) конкурентних;

в) портфельних;

г) операційних?

*13. Які альтернативи має зміна бізнес-портфеля:*

а) зміна технології або маркетингу;

б) розвиток ринку або товару;

в) диверсифікація або інтернаціоналізація;

г) всі відповіді правильні?

*14. Конгломератна диверсифікація – це:*

а) об'єднання підприємств багатьох галузей не поєднаних технологією;

б) об'єднання підприємств багатьох галузей поєднаних технологією;

в) диверсифікація пов'язана з потребами споживачів;

г) диверсифікація пов'язана з технологією?

*15. Яку диверсифікацію вибирають прихильники синергізму:*

а) конгломератну;

б) зв'язану з новими потребами чи новими технологіями;

в) конгломератну інтернаціоналізацію;

г) всі відповіді неправильні?

*16. У чому звинувачують прихильників синергізму прихильники конгломератції:*

а) що уніфікація виробництва приводить до втрати гнучкості і зниження конкурентоспійкості;

б) в застої;

в) у технологічній обмеженості;

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015	Ф-19.09- 05.02/3/076.0 0.1/073.00.1/ Б-2021
	Екземпляр № 1	Арк 44 / 1

г) у розбазарюванні ресурсів?

17. *Інтернаціоналізація порівняно з диверсифікацією:*

- а) більш складна і дорожча;
- б) дешевша, менш складна і ризикована;
- в) більш ризикована;
- г) правильні відповіді 1 і 3?

## ТЕМА 8. СТРАТЕГІЯ ЗОВНІШНЬОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

1. *Цілями інтеграції є:*

- а) мінімізація витрат;
- б) диверсифікація діяльності;
- в) реструктуризація бізнесу;
- г) обмеження конкуренції.

2. *Зовнішній розвиток підприємства передбачає:*

- а) розширення асортименту продукції;
- б) придбання інших підприємств;
- в) об'єднання підприємств;
- г) розвиток ринку.

3. *Розвиток фірми за рахунок придбання або встановлення контролю над постачальниками передбачає стратегія:*

- а) прямої вертикальної інтеграції;
- б) зворотної вертикальної інтеграції;
- в) горизонтальної інтеграції;
- г) діагональної інтеграції;
- д) концентричної інтеграції

4. *Розвиток фірми за рахунок придбання або встановлення контролю над структурами, які знаходяться між фірмою та кінцевими споживачами її продукції, передбачає стратегія:*

- а) прямої вертикальної інтеграції;
- б) зворотної вертикальної інтеграції;
- в) горизонтальної інтеграції;
- г) діагональної інтеграції;
- д) концентричної інтеграції.

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідас ДСТУ ISO 9001:2015	Ф-19.09- 05.02/3/076.0 0.1/073.00.1/ Б-2021
	Екземпляр № 1	Арк 44 / 1

5. Розвиток фірми за рахунок придбання або встановлення контролю над структурами, що випускають аналогічну продукцію чи працюють на тому ж ринку, що і фірма, передбачає стратегія:

- а) прямої вертикальної інтеграції;
- б) зворотної вертикальної інтеграції;
- в) горизонтальної інтеграції;
- г) діагональної інтеграції;
- д) концентричної інтеграції.

6. Розвиток фірми шляхом об'єднання з несуміжними і з неоднорідними підприємствами, але які включаються в технологічний ланцюг підприємства, передбачає стратегія:

- а) прямої вертикальної інтеграції;
- б) зворотної вертикальної інтеграції;
- в) горизонтальної інтеграції;
- г) діагональної інтеграції;
- д) концентричної інтеграції.

7. Інтеграція шляхом включення певного підприємства в якості філії, дочірнього підприємства або підрозділу до складу основного підприємства представляє собою:

- а) франчайзинг;
- б) цільову пролонгацію;
- в) групування;
- г) консолідацію;
- д) фокусування;
- е) лізинг;
- є) маркетинг;
- ж) трастову угоду;
- з) стандартизацію.

8. Цілеспрямоване продовження терміну угоди щодо постачання з метою формування довготермінових інтеграційних зв'язків представляє собою:

- а) франчайзинг;
- б) цільову пролонгацію;
- в) групування;
- г) консолідацію;
- д) фокусування;

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015	Ф-19.09- 05.02/3/076.0 0.1/073.00.1/ Б-2021
	Екземпляр № 1	Арк 44 / 1

- е) лізинг;
- є) маркетинг;
- ж) трастову угоду;
- з) стандартизацію.

9. *Інтеграція шляхом надання права користуватися торговою маркою, ноу-хау, матеріально-технічними ресурсами тощо представляє собою:*

- а) франчайзинг;
- б) цільову пролонгацію;
- в) групування;
- г) консолідацію;
- д) фокусування;
- е) лізинг;
- є) маркетинг;
- ж) трастову угоду;
- з) стандартизацію.

10. *Інтеграція підприємства на засадах обміну акціями, взаємних управлінських зв'язків чи надання різноманітних послуг тощо, з виділенням основного підприємства, представляє собою:*

- а) франчайзинг;
- б) цільову пролонгацію;
- в) групування;
- г) консолідацію;
- д) фокусування;
- е) лізинг;є) маркетинг;
- ж) трастову угоду;
- з) стандартизацію.

## **ТЕМА 9. КОРПОРАТИВНА СТРАТЕГІЯ ПІДПРИЄМСТВА**

1. *Визначення інвестиційних пріоритетів і «перелив» ресурсів корпорації у найбільш перспективні сфери виражається в:*

- а) посиленні зв'язку між різними напрямками діяльності й окремими бізнес-одинаціями;
- б) визначенні сфери діяльності (в яких галузях буде «працювати» підприємство);
- в) ранжируванні доцільності інвестування у різні сфери діяльності;



Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015	Ф-19.09- 05.02/3/076.0 0.1/073.00.1/ Б-2021
	Екземпляр № 1	Арк 44 / 1

г) визначенні, в якій якості підприємство буде «працювати» у визначеній галузі.

2. На практиці загальна стратегія підприємства, фірми, компанії обов'язково повинна враховувати:

а) прагнення до подальшого розвитку;

б) можливості розвитку, що залежать від виробничого й трудового потенціалу;

в) можливості розвитку, що залежать від сформованої ситуації в галузі і на ринку;

г) прагнення й можливості подальшого розвитку, що залежать від виробничого й трудового потенціалу, а також від ситуації, яка склалась у галузі й на ринку.

3. Стратегія ліквідації реалізується шляхом:

а) санації і виконання процедури банкрутства;

б) тільки виконання процедури банкрутства;

в) виконання процедури банкрутства і закриття підприємства;

г) санації, виконання процедури банкрутства і закриття підприємства.

4. Стратегія скорочення діяльності включає:

а) скорочення частки ринку;

б) «організований відступ»;

в) «збір врожаю»;

г) усі відповіді вірні.

5. Корпоративна стратегія - це:

а) загальний план управління диверсифікованим підприємством (компанією), який поширюється на всі його підрозділи, охоплюючи всі напрями діяльності;

б) загальний план управління основними відділами й службами підприємства (компанії);

в) загальний план досягнення фінансових цілей підприємства;

г) загальний план формування бренду підприємства.

6. Які існують загальні стратегії підприємства?

а) зростання й підтримки;

б) зростання, підтримки й реструктуризації;

в) зростання, підтримки, реструктуризації і скорочення діяльності;

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015	Ф-19.09- 05.02/3/076.0 0.1/073.00.1/ Б-2021
	Екземпляр № 1 Арк 44 / 1	

г) зростання, підтримки, реструктуризації, скорочення діяльності, ліквідації.

7. Головною метою реструктуризації є:

- а) захоплення нового сегмента ринку;
- б) покращення умов праці персоналу;
- в) перетворення підприємства на прибуткову організацію;
- г) скорочення частки ринку.

8. Стратегії зростання сучасного підприємства забезпечуються:

- а) експансією ринку й диверсифікацією;
- б) вертикальною і горизонтальною інтеграцією;
- в) диференціацією ринку й глобалізацією діяльності;
- г) вірні відповіді — а), в);
- д) вірні відповіді — а), б), в)

9. Стратегія реструктуризації реалізується, як правило, шляхом:

- а) скорочення витрат;
- б) освоєння нових видів діяльності і ринків;
- в) коротко- і довгострокової реструктуризації;
- г) вірні відповіді — а), б);
- д) вірні відповіді — а), б), в).

10 Суть експансії ринку полягає у:

- а) створенні або захопленні нового сегмента ринку, розвитку ринку або виробничого потенціалу;
- б) модернізації продукції для конкретного сегмента ринку;
- в) досягненні конкурентами компромісу;
- г) створенні стратегічних союзів.

## ТЕМА 10. МАТРИЧНІ МЕТОДИ ФОРМУВАННЯ КОРПОРАТИВНОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА

1. В яких випадках використовують матричні методи стратегічного аналізу:

- а) встановлення належних асортиментних пропорцій в межах фірми;
- б) діагностика становища підприємства на ринку по відношенню до його конкурентів;
- в) визначення необхідності входження фірми в нові сфери діяльності;

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015	Ф-19.09- 05.02/3/076.0 0.1/073.00.1/ Б-2021
	Екземпляр № 1	Арк 44 / 1

г) при визначенні способів забезпечення конкурентної переваги підприємства в бізнесі.

2. Матриця VCG є методом вироблення стратегічних альтернатив для:

- а) окремих СЗГ підприємства;
- б) бізнесу підприємства в цілому;
- в) функціонування підрозділів підприємства;
- г) ресурсів підприємства.

3. Матриця VCG складається з:

- а) 20 квадратів;
- б) 16 квадратів;
- в) 9 квадратів;
- г) 4 квадратів.

4. Матрицю VCG використовують:

- а) тільки у випадку стабільної кон'юнктури ринку;
- б) тільки у випадку нестабільної кон'юнктури ринку;
- в) у будь-якому випадку динамізму середовища та зміни фази

ЖЦП.

5. Матриця McKinsey складається з:

- а) 20 квадратів;
- б) 16 квадратів;
- в) 9 квадратів;
- г) 4 квадратів.

6. Критерієм стратегічного вибору в матриці VCG є:

- а) тільки віддача інвестицій;
- б) тільки грошовий потік;
- в) тільки ЖЦП;
- г) критерії а і б;
- д) критерії а і в.

7. Критерієм стратегічного вибору в матриці McKinsey є:

- а) тільки віддача інвестицій;
- б) тільки грошовий потік;
- в) тільки ЖЦП;
- г) критерії а і б;
- д) критерії а і в.

8. Матриця ADL складається з:

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідас ДСТУ ISO 9001:2015	Ф-19.09- 05.02/3/076.0 0.1/073.00.1/ Б-2021
	Екземпляр № 1	Арк 44 / 1

- а) 20 квадратів;
- б) 16 квадратів;
- в) 9 квадратів;
- г) 4 квадратів.

9. В основі метода ADL лежить матриця, побудована за багатофакторними критеріями:

- а) стадія ЖЦП;
- б) привабливість галузі;
- в) динаміка зростання ринку;
- г) рентабельність бізнесу підприємства.

10. Збалансований корпоративний господарський портфель підприємства передбачає, що:

- а) потік коштів, що генерується зрілими та ті, що в занепаді видами бізнесу, повинен перевищувати або відповідати потоку коштів, що використовується видами бізнесу, які зароджуються і зростають;
- б) потік коштів, що генерується видами бізнесу, які зароджуються і зростають, повинен перевищувати або відповідати потоку коштів, що використовується видами бізнесу, які є зрілими та занепадають;
- в) потік коштів, що генерується будь-якими видами бізнесу, повинен перевищувати потік коштів, що використовується;
- г) потік коштів, що генерується будь-якими видами бізнесу, не повинен перевищувати потік коштів, що використовується;
- д) потік коштів, що генерується будь-якими видами бізнесу, не повинен залежати від потоку коштів, що генерується на підприємстві.

## ТЕМА 11. АЛЬТЕРНАТИВНІСТЬ У СТРАТЕГІЧНОМУ ВИБОРІ

1 Формування стратегічних альтернатив здійснюється:

- а) тільки на корпоративному рівні підприємства;
  - б) тільки на бізнес-рівні підприємства;
  - в) тільки на функціональному рівні підприємства;
  - г) тільки на рівні операційних підрозділів підприємства;
  - д) на всіх рівнях організаційно-економічної структури підприємства;
  - є) тільки на корпоративному та бізнес-рівнях підприємства.
2. Розробка або вибір конкретної стратегії означає, що:
- а) назріла кризова ситуація і її терміново потрібно вирішувати;

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015	Ф-19.09- 05.02/3/076.0 0.1/073.00.1/ Б-2021
	Екземпляр № 1	

б) керівництво підприємства вирішило оновити свою продукцію;  
в) підприємство виходить на глобальний ринок;  
г) з усіх можливих шляхів розвитку і способів дії, що відкриваються перед організацією, вирішено вибрати один напрям, у якому вона й буде розвиватися.

3. *Інструментом генерації стратегічних альтернатив на корпоративному рівні є:*

- а) аналіз господарського портфеля;
- б) сегментація зовнішнього оточення;
- в) корпоратизація підприємства;
- г) диверсифікація бізнесу підприємства;
- д) стабілізація бізнесу підприємства.

4. *Які стратегії доцільно застосовувати в зрілих галузях із стабільною (статичною) технологією?*

- а) інтеграції;
- б) диверсифікації;
- в) концентричного зростання;
- г) скорочення;
- д) лібералізації;
- е) конкуренції;
- є) фрагментації.

5. *Які стратегії доцільно застосовувати у випадку, коли фірма більше не може розвиватися на даному ринку з даним продуктом в даній галузі?*

- а) інтеграції;
- б) диверсифікації;
- в) концентричного зростання;
- г) скорочення;
- д) лібералізації;
- е) конкуренції;
- є) фрагментації.

6. *Які стратегії доцільно застосовувати в галузях із швидко змінними технологіями (які динамічно розвиваються і є нестабільними, нестійкими)?*

- а) інтеграції;
- б) диверсифікації;

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015	Ф-19.09- 05.02/3/076.0 0.1/073.00.1/ Б-2021
	Екземпляр № 1	Арк 44 / 1

- в) концентричного зростання;
- г) скорочення;
- д) лібералізації;
- е) конкуренції;
- є) фрагментації.

7. Який вид стратегічних альтернатив застосовують у випадку універсального типу виробництва?

- а) силовий;
- б) ніші;
- в) пристосування;
- г) піонера;
- д) консервації.

8. Підприємство на кожному рівні його організаційно-економічної структури може реалізовувати одночасно:

- а) лише одну стратегію;
- б) декілька стратегій у послідовній комбінації;
- в) декілька стратегій у паралельній комбінації;
- г) декілька стратегій як у послідовній так і паралельній комбінації;
- д) кількість і тип комбінації стратегій залежить від рівня, для якого розробляється стратегія.

9. Який тип конкурентної переваги необхідний для реалізації новаторської стратегії?

- а) пристосованість до ринку;
- б) гнучкість;
- в) випередження у інноваціях;
- г) висока продуктивність.

10. Який тип конкурентної переваги необхідний для реалізації силової стратегії?

- а) пристосованість до ринку;
- б) гнучкість;
- в) випередження у інноваціях;
- г) висока продуктивність.

## ТЕМА 12. ДЕКОМПОНУВАННЯ КОРПОРАТИВНОЇ СТРАТЕГІЇ

1. Декомпонування корпоративної стратегії – це:

- а) комбінування стратегій підприємства на корпоративному рівні;

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідас ДСТУ ISO 9001:2015	Ф-19.09- 05.02/3/076.0 0.1/073.00.1/ Б-2021
	Екземпляр № 1	Арк 44 / 1

- б) оптимізація стратегічного набору підприємства;
- в) розбивка цілісного комплексу стратегії підприємства на складові у вигляді скалярних ланцюгів обраних стратегічних альтернатив основних і забезпечуючих стратегій;
- г) деталізація всіх ключових підсистем «стратегічного набору» підприємства шляхом побудови дерева структури та стратегічних альтернатив;
- д) оцінка елементів «стратегічного набору».
2. *З функціональної точки зору ділова стратегія підприємства – це:*
- а) функціональна підсистема з забезпечення його конкурентної переваги в бізнесі на перспективу;
- б) стратегія функціонування підприємства;
- в) стратегія функціонування та розвитку підприємства.
3. *Декомпонування корпоративної стратегії за принципом виділення окремих бізнес-аспектів передбачає:*
- а) визначення стратегій бізнесу підприємства та стратегій їх автономного функціонального та ресурсного забезпечення в межах СГЦ підприємства;
- б) визначення стратегій щодо відособлених бізнесі та стратегій їх централізованого забезпечення;
- в) виділення провідної ключової стратегії-підсистеми бізнесу з наступною побудовою на її основі всіх інших стратегій-підсистем бізнесу;
- г) виділення провідної ключової стратегії-підсистеми бізнесу з наступною побудовою на її основі всіх інших підпорядкованих стратегій-підсистем бізнесу та їх індивідуального функціонального та ресурсного забезпечення;
- д) виділення провідної ключової стратегії-підсистеми бізнесу з наступною побудовою на її основі всіх інших залежних стратегій-підсистем бізнесу та їх синергетичного централізованого функціонального та ресурсного забезпечення;
- е) виділення провідної ключової функціональної стратегії-підсистеми з наступною побудовою на її основі всіх інших функціональних стратегій-підсистем бізнесу.
4. *Який підхід до декомпонувки корпоративної стратегії є практично найбільш придатним до застосування:*

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015	Ф-19.09- 05.02/3/076.0 0.1/073.00.1/ Б-2021
	Екземпляр № 1	Арк 44 / 1

а) підхід, в основі якого лежить принцип представлення стратегії як комплексу стратегій основних функціональних напрямків діяльності підприємства;

б) підхід, в основі якого лежить виділення провідної ключової стратегії-підсистеми з наступною побудовою на її основі всіх інших стратегій-підсистем, а також корпоративної стратегії як системи в цілому;

в) підхід декомпонування, в основі якого лежить принцип представлення підприємства як системи його бізнесів і, відповідно, його стратегії як системи стратегій цих бізнесів;

г) ресурсний підхід до декомпонування корпоративної стратегії;

д) підхід до декомпонування корпоративної стратегії на основі виділення стратегій основних елементів так званої «ключової компетенції» підприємства;

е) підхід, в основі якого лежить принцип багатоаспектності розробки стратегії підприємства, згідно з яким для забезпечення визначення і вибору ефективних альтернатив стратегічного набору підприємства один підхід декомпонувки його корпоративної стратегії завжди доповнюють іншими.

*5. Однорідна, за ознакою близькості функціонального призначення або близькості технології виробництва, сукупність продукції чи товарів, що належать до одного виду, за яким ідентифікується напрям бізнесу – це:*

а) асортимент продукції;

б) номенклатура продукції;

в) сегмент ринку продукту;

г) господарський портфель підприємства;

д) СЗГ підприємства.

*6. За якою ознакою в першу чергу виділяють окремі сектори бізнесу підприємства в межах його певного виду:*

а) асортимент продукції;

б) номенклатура продукції;

в) ціна;

г) стадія ЖЦП;

д) якість.



Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015	Ф-19.09- 05.02/3/076.0 0.1/073.00.1/ Б-2021
	Екземпляр № 1	Арк 44 / 1

7. Перелік конкретних продуктів чи товарів у межах певного типу (виду) продукції називається:

- а) асортиментом продукції;
- б) номенклатурою;
- в) ринковим сегментом;
- г) господарським портфелем;
- д) СЗГ підприємства.

8 До якого типу належать підприємства, які не мають стабільної технології, випускають продукцію, що не потребує освоєння, орієнтуються на задоволення поточного попиту ринку:

- а) технологічного типу;
- б) маркетингового типу;
- в) кон'юнктурного типу;
- г) технологічної атаки;
- д) технологічного захисту.

9 До якого типу належать підприємства, які функціонують на основі системи стабільних базових технологічних процесів, зміна яких приводить до зміни профілю підприємства, тобто до організації нового підприємства, а еволюційна зміна технології для цього типу підприємств може бути лише результатом тривалих НДДКР:

- а) технологічного типу;
- б) маркетингового типу;
- в) кон'юнктурного типу;
- г) технологічної атаки;
- д) технологічного захисту.

10. До якого типу належать підприємства, які орієнтуються як на поточні запити ринку, так і самостійно готуються до майбутнього попиту ринку і намагаються здійснювати активний вплив на ринковий попит майбутнього:

- а) технологічного типу;
- б) маркетингового типу;
- в) кон'юнктурного типу;
- г) технологічної атаки;
- д) технологічного захисту.

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015	Ф-19.09- 05.02/3/076.0 0.1/073.00.1/ Б-2021
	Екземпляр № 1	Арк 44 / 1

### ТЕМА 13. ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА ФУНКЦІОНАЛЬНОЇ СТРАТЕГІЇ

1. Основний склад «стратегічного набору» функціональних стратегій підприємства такий:

- а) стратегії загального управління й управління персоналом;
- б) стратегії НДПКР і виробнича;
- в) стратегії загального управління, управління персоналом, управління фінансами; управління виробництвом, НДПКР, матеріально-технічного забезпечення;
- г) стратегії управління персоналом, управління фінансами, управління виробництвом, матеріально-технічного забезпечення.

2. Хто відповідає за розробку функціональної стратегії недиверсифікованого підприємства?

- а) директор підприємства;
- б) менеджери середньої ланки управління;
- в) менеджери операційного рівня;
- г) керівники корпоративного рівня.

3. Функціональна стратегія диверсифікованого підприємства, фірми, компанії - це стратегія:

- а) для кожного функціонального напрямку конкретної сфери діяльності підприємства;
- б) для підприємства в цілому;
- в) для окремої сфери діяльності підприємства;
- г) позиціонування на ринку.

4. Фінансова стратегія стосується:

- а) рішень вибору доцільності структури капіталу для підприємства (вибору оптимального співвідношення власного і залученого, основного і оборотного капіталу);
- б) виробничих витрат;
- в) цінової політики;
- г) мотивації працівників.

5. Функціональна стратегія не розробляється:

- а) для підприємства;
- б) для функціональних служб підприємства;
- в) для маркетингу і виробництва.

6. Виробнича стратегія включає в себе заходи:

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015	Ф-19.09- 05.02/3/076.0 0.1/073.00.1/ Б-2021
	Екземпляр № 1	Арк 44 / 1

а) з досягнення корпоративних цілей з розвитку виробництва;  
б) із забезпечення бізнесової стратегії за обсягами, номенклатурою та якістю продукції;

в) обидві відповіді правильні;

7. Що не включає в себе маркетингова стратегія:

а) канали розподілу товару;

б) канали розподілу ресурсів під товари;

в) товарну і цінову політику;

г) заходи з забезпечення конкурентної і корпоративної стратегії.

8. Стратегія науково-дослідних і науково-конструкторських робіт може бути:

а) реагуючою;

б) захисною;

в) імітаційною;

г) всі відповіді правильні.

9. Що не входить до складу стратегії управління персоналом:

а) добір і розстановка кадрів;

б) підготовка і перепідготовка персоналу;

в) фінансування підготовки персоналу;

г) робота з резервом.

10. Захисна стратегія НДНКР означає:

а) розробку таких технологічних рішень, які забезпечать збереження досягнутих позицій на ринку;

б) розробку нових рішень для стратегії зростання;

в) конструювання товару, який зможе проникнути на нові ринки;

г) відповідь на „технологічний прорив» конкурентів.

#### ТЕМА 14. СТРАТЕГІЧНІ АСПЕКТИ У ФУНКЦІОНАЛЬНИХ СФЕРАХ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

1. Що не включає в себе поняття „стратегічний проект»:

а) основна форма реалізації стратегічного плану;

б) основні напрямки реалізації стратегії підприємства;

в) завдання, замисли, що характеризують стратегії з досить детальним обґрунтуванням параметрів, засобів, виконавців, побудовою графіків тощо;

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідас ДСТУ ISO 9001:2015	Ф-19.09- 05.02/3/076.0 0.1/073.00.1/ Б-2021
	Екземпляр № 1 Арк 44 / 1	

г) оформлення організаційно-правових і розрахунково-фінансових документів з реалізації стратегічного плану?

2. *Стратегічні проекти відрізняються від поточних наступним:*

а) розробляються, як правило, тимчасовими організаційними формуваннями;

б) розраховані на певні календарні строки;

в) потребують спільної розробки більшістю функціональних служб;

г) правильні відповіді а і б?

3. *Що не входить у поняття „стратегічні зміни на підприємстві»:*

а) зміни, пов'язані з освоєнням нової галузі, ринку, відповідно до стратегії;

б) зміни, пов'язані з освоєнням нового товару, технології, відповідно до стратегії;

в) зміни, пов'язані із змінами середовища підприємства;

г) зміни, пов'язані з виконанням стратегічного плану?

4. *Кого називають пасивними прихильниками стратегічних змін?*

а) особи, які здійснюють прихований опір змінам;

б) особи, які приховано, але сприймають зміни;

в) особи, які відкрито не сприймають зміни;

г) особи, які відкрито сприймають зміни?

5. *Суть конкурентного стилю керівництва щодо подолання опору стратегічним змінам:*

а) помірна наполегливість;

б) кооперація з тими, хто чинить опір;

в) самоплив;

г) акцент на силу, примус.

6. *Оцінка ув'язки обраної стратегії з внутрішніми можливостями підприємства визначається:*

а) критерієм відповідності обраної стратегії стану та вимогам оточення;

б) критерієм відповідності обраної стратегії потенціалу та можливостям підприємства;

в) критерієм прийнятності ринку, закладеного у стратегічну модель.

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідіає ДСТУ ISO 9001:2015	Ф-19.09- 05.02/3/076.0 0.1/073.00.1/ Б-2021
	Екземпляр № 1	Арк 44 / 1

7. Перевірка ув'язки стратегії з вимогами з боку суб'єктів оточення, міри врахування чинників динаміки ринку, отримання конкурентних переваг тощо визначається:

- а) критерієм відповідності обраної стратегії стану та вимогам оточення;
- б) критерієм відповідності обраної стратегії потенціалу та можливостям підприємства;
- в) критерієм прийнятності ринку, закладеного у стратегічну модель.

8. З'ясування, до яких негативних наслідків для підприємства може призвести провал стратегії, визначається:

- а) критерієм відповідності обраної стратегії стану та вимогам оточення;
- б) критерієм відповідності обраної стратегії потенціалу та можливостям підприємства;
- в) критерієм прийнятності ринку, закладеного у стратегічну модель.

9. Ролеві функції менеджерів (керівників окремих підрозділів) у процесі розробки стратегії визначаються:

- а) вмінням виконувати ключові ролі та ініціювати виконавців;
- б) їх моделлю мислення;
- в) вмінням керувати процесом планування стратегії.

10. Стратегічне управління – це:

- а) управління за слабкими сигналами;
- б) управління у відповідь на опір змінам;
- в) найбільш сучасна модифікація корпоративного планування.

## **ТЕМА 15. СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ В УКРАЇНІ**

1. Стратегічний менеджмент на підприємстві – це:

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

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015	Ф-19.09- 05.02/3/076.0 0.1/073.00.1/ Б-2021
	Екземпляр № 1	Арк 44 / 1

управління підприємством.

2. Система сучасного стратегічного управління на підприємствах передбачає:

- а) формулювання мети розвитку підприємства;
- б) складання детального сценарію діяльності та розвитку підприємства;
- в) розробку інвестиційних проектів;
- г) формування бюджету.

3. Стратегічне управління на вітчизняних підприємствах зводиться до:

- а) формування бюджету, який визначає зміст і послідовність заходів, спрямованих на досягнення поточних цілей підприємства;
- б) забезпечення розвитку підприємства «від досягнутого»;
- в) формування сценарію альтернативної поведінки в динамічному середовищі ринків і галузей бізнесу;
- г) довгострокове планування досягнення цілей розвитку;
- д) забезпечення перспективного розвитку підприємства «за відхиленням».

4. Сучасна концепція стратегічного менеджменту виходить з умов:

- а) детермінізму і стабільності зовнішнього оточення підприємства;
- б) невизначеності і нестабільності зовнішнього оточення підприємства;
- в) стабільності внутрішньої структури підприємства;
- г) нестабільності внутрішньої структури підприємства;
- д) аналізу та екстраполяції минулого та поточного розвитку підприємства на довгострокову перспективу.

5. Вітчизняні підприємства змушені запроваджувати стратегічний менеджмент та виробляти стратегію для:

- а) оптимізації та збалансування свого бюджету;
- б) оптимізації технологічних процесів;
- в) мінімізації витрат і максимізації прибутків;
- г) довготривалого раціонального господарювання;
- д) послаблення рівня конкуренції в бізнесі.

6. В Україні теорія і практика стратегічного управління бізнесу:

- а) знайшли обмежене впровадження – тільки на державних підприємствах;

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідас ДСТУ ISO 9001:2015	Ф-19.09- 05.02/3/076.0 0.1/073.00.1/ Б-2021
	Екземпляр № 1	

б) знайшли обмежене впровадження – тільки на великих підприємствах;

в) знайшли обмежене впровадження – тільки на малих підприємствах;

г) знайшли обмежене впровадження – тільки в корпоративному секторі економіки;

д) не знайшли широкого запровадження;

е) знайшли розвиток та широке розповсюдження.

7. Чи існує єдиний стандарт рецепту організації оптимального управління підприємством в довгостроковому періоді:

а) так, існує;

б) ні, не існує;

в) існують певні загальні правила щодо стратегічного аналізу, вироблення, вибору і реалізації стратегії, але до його запровадження (організації) на підприємстві необхідно підходити творчо і в індивідуальному порядку.

8. До запровадження стратегічного менеджменту на підприємствах необхідно:

а) стандартно, тільки з позицій уніфікованих схем і процедур;

б) індивідуально, без будь-яких стандартних (типових) правил і процедур;

в) індивідуально, на основі застосування певних загальних правил та рекомендацій (стратегічного аналізу, вироблення, вибору і реалізації стратегії тощо).

9. Стратегічне управління визначає:

а) як організація має діяти в майбутньому, щоб досягти бажаної мети;

б) як організація має діяти в сучасних умовах, щоб досягти бажаної мети в майбутньому, виходячи з того, що оточення змінюватиметься;

в) як організація має діяти в сучасних умовах, щоб досягти бажаної мети в майбутньому, виходячи з того, що оточення змінюватиметься.

10. Сьогодні вітчизняні підприємства формують новий підхід до системи управління взагалі та стратегічного зокрема, заснований на поширеній в США практиці до:

а) децентралізації управління компаніями;

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015	Ф-19.09- 05.02/3/076.0 0.1/073.00.1/ Б-2021
	<i>Екземпляр № 1</i>	<i>Арк 44 / 1</i>

- б) централізації управління бізнесом компанії;
- в) диверсифікації управління компаніями;
- г) санації управління компаніями;
- д) лібералізації управління компаніями;
- е) модернізації управління компаніями;
- є) синергізму в управлінні компаніями;
- ж) уніфікації в управлінні бізнесом компанії;
- з) інтеграції управління бізнесом компанії.

### 3. ЗАВДАННЯ ДО ПРАКТИЧНОЇ ЧАСТИНИ ЕКЗАМЕНУ

1. Скласти схему, що відображає місце стратегії підприємства у його виробничо-господарській діяльності.

2. Скласти схему, що характеризує взаємозв'язок дисципліни «Стратегія розвитку підприємства» із іншими навчальними дисциплінами.

3. Поясніть характеристики, яким повинна відповідати ефективна стратегія:

- ментальна правильність;
- ситуаційність;
- унікальність;
- майбутня невизначеність;
- гнучка ефективність.

4. Скласти блок-схему порядку розробки та реалізації стратегії підприємства

5. Скласти порівняльну таблицю концепцій стратегії на різних етапах її еволюційного розвитку.

6. Складіть порівняльну таблицю планування розвитку підприємства та процесу розробки його стратегії.

7. Які з нижче приведених показників організації можуть належати цілям:

загальноекономічним: рентабельність, масштаб виробництва, фінансова стабільність, приріст прибутку, рівень ефективності, річний доход;

маркетинговим: обсяг продаж, рівень прибутку, структура матеріалу, рівень цін, частка ринку, забезпеченість ресурсами;



Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідас ДСТУ ISO 9001:2015	Ф-19.09- 05.02/3/076.0 0.1/073.00.1/ Б-2021
	<i>Екземпляр № 1</i>	<i>Арк 44 / 1</i>

виробничим: рівень витрат, якість продукції, технологічний рівень, рівень виробництва, рівень продуктивності праці;

фінансовим: фінансова стабільність, рівень цін, доход на акції, ціна акції, приріст інвестицій;

кадровим: рівень продуктивності праці, методи організації виробництва, рівень керівників, рівень дивідендів, структура виробничого персоналу, рівень управління;

організаційно – управлінським: придбання продуктів, ефективність технології управління, впровадження нових методів виробництва, впровадження методів організації виробництва;

НДДКР: технічний рівень, розробка нової технології, впровадження ефективних технологій управління, рівень ефективності виробництва, рівень диверсифікації.

8. Сформувати дерево цілей підприємства, яке ставить за мету:

а) зниження витрат виробничо-господарської діяльності;

б) збільшення чистого прибутку.

9. Складіть схему здійснення стратегічного процесу в організації.

Зазначте виконавців кожного етапу.

10. Схематично наведіть джерела інформації про зовнішнє середовище організації.

11. Визначте механізм і ступінь впливу на будь – яку галузь (на вибір студента) таких факторів:

- зміни в довгострокових тенденціях економічного зростання галузі;

- зміни у складі споживачів та у способах використання товару;

- впровадження на ринок нових продуктів;

- зміни в системі маркетингу;

- зміни у державній політиці та регулюванні;

- зміни у суспільних цінностях та у способі життя.

12. Шляхом позиціонування зробити оцінку загроз і висновки відносно стратегії діяльності підприємства «Корона» (виробництво кондитерських виробів) за допомогою матриці загроз Мак-Кінсі “Можливі наслідки - ймовірність реалізації” для умов: поява нових конкурентів; затримка росту ринку; несприятлива політика уряду; зростання продажу товарів-субститутів; збільшення вимог постачальників.

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015	Ф-19.09- 05.02/3/076.0 0.1/073.00.1/ Б-2021
	Екземпляр № 1 Арк 44 / 1	

13. Зробити оцінку можливостей підприємства з виробництва автомобілів. За допомогою матриці Мак-Кінсі “ступінь впливу – ймовірності використання” та наступних умов:

- вихід на нові ринки;
- вертикальна інтеграція;
- прискорення зростання ринку;
- розширення виробничої мережі;
- створення нових структурних підрозділів

Групи факторів зовнішньої сфери	Значимість	Оцінка	Сила подій	Спрямованість
Економічні				
Політичні				
Міжнародні				
Соціальні				
Ринкові				
Конкурентні				
Виробничо-технологічні				
Разом	1	1-5	–	–

14. Оцінити сучасний вплив зовнішніх груп факторів на умови функціонування підприємства по видобутку корисних копалин:

15. Схематично наведіть джерела утворення інформації про внутрішнє середовище організації.

16. Користуючись вихідними показниками, наведеними в табл. 1, зробити кількісну характеристику маркетингового потенціалу компанії, яка розгорнула бізнесову діяльність на території України. Максимально можлива кількісна оцінка маркетингового потенціалу становить 5 балів.

Таблиця

Складники маркетингового потенціалу	Коефіцієнт вагомості	Рейтинг
Якість продукції	0,60	4
Просування товару на ринок	0,05	3
Продажна ціна одиниці	0,20	4

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015	Ф-19.09- 05.02/3/076.0 0.1/073.00.1/ Б-2021
	Екземпляр № 1	

продукції		
Збут продукції споживачам	0,15	5

На основі отриманих результатів дослідіть сильні сторони фірми, сформовані за рахунок маркетингової складової.

17. Складіть та заповніть таблицю за наведеним зразком (таблиця 1). Відповідь обґрунтуйте.

Таблиця

## Характеристика стратегій бізнесу

Ознака стратегії	Стратегія лідирування у зниженні витрат	Стратегія фокусування	Стратегія диференціації
Стратегічна мета підприємства			
Основи конкурентних переваг на ринку			
Асортимент продукції			
Виробнича тактика			
Тактика маркетингу			
Допоміжні стратегії			

18. Запропонуйте найбільш вигідний варіант стратегії бізнесу для малого підприємства, яке володіє досить спеціалізованим ноу-хау та має світове ім'я, але обмежене у фінансових ресурсах. Відповідь обґрунтуйте.

19. Складіть таблицю переваг та недоліків для наступних стратегій бізнесу: лідирування у зниженні витрат; стратегії фокусування; стратегії диференціації.

20. Будівельна компанія намагається посилити свої позиції в галузі і вплив на ринку, розширити сфери діяльності і збуту. Дати пропозиції щодо вибору стратегії і можливого залучення до компанії деяких відповідних фірм, наведених у переліку. Зокрема: гранітний кар'єр, тютюнова фабрика, фірма „Електровироби”, цементний завод, автотранспортна колони. Охарактеризувати стратегію, обґрунтувати її переваги і дати оцінку перспективі.

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015	Ф-19.09- 05.02/3/076.0 0.1/073.00.1/ Б-2021
	<i>Екземпляр № 1</i>	<i>Арк 44 / 1</i>

21. Зробіть аналіз стратегії вибраної Вами диверсифікованої компанії за допомогою наступних восьми етапів:

- 1) визначення поточної стратегії корпорації;
- 2) створення матриць портфелю компанії з метою визначення його характеристик;
- 3) порівняння довгострокової привабливості кожної з галузей, у яких компанія здійснює свою діяльність;
- 4) порівняння конкурентної сили господарських підрозділів компанії з метою визначення найбільш життєздатних;
- 5) ранжування господарських одиниць з урахуванням історії їх розвитку та майбутніх перспектив;
- 6) оцінка сумісності кожного господарського підрозділу зі стратегією корпорації;
- 7) класифікація господарських підрозділів за принципом пріоритетів інвестування і прийняття рішень про характер стратегії (агресивна експансія, зміцнення і захист, зміни «збір врожаю»/ліквідація);
- 8) ініціювання нових стратегічних заходів для подальшого розвитку корпорації.

22. Запропонуйте схематично декілька варіантів розробки та вибору корпоративної стратегії монопродуктового підприємства.

23. Складіть схему яка буде відображати розподіл повноважень між менеджерами підприємства в процесі розробки корпоративної стратегії. Наскільки дана схема прийняття рішень є ефективною? Порівняйте її із чинними схемами розробки корпоративної стратегії на діючих підприємствах.

24. Компанія «Цедар» володіє господарським портфелем з чотирьох секторів бізнесу, що належить до різних галузей: підрозділ «М» (машинобудування); підрозділ «Е» (електротехнічне обладнання); підрозділ «К» (комплектуючі до комп'ютерів); підрозділ «З» (послуги зв'язку).

Показники, що характеризують темпи зростання ринків у відповідних галузях і частки окремих підрозділів компанії наведені нижче.

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідас ДСТУ ISO 9001:2015	Ф-19.09- 05.02/3/076.0 0.1/073.00.1/ Б-2021
	Екземпляр № 1	

Таблиця

Показники темпів зростання ринків у відповідних галузях та частки окремих підрозділів компанії

Сектор бізнесу	Обсяг продажу, тис. грн.	Річні темпи зростання ринку, %	Найбільші конкуренти	Обсяг продаж у лідера галузі, тис. грн.	Відн. частка ринку
підрозділ «М»	400,0	4	ПАТ «Тяжмаш»	800,0	?
підрозділ «Е»	50,0	18	ПАТ «Прилад»	550,0	?
підрозділ «К»	600,0	6	СП «Інфотек»	400,0	?
підрозділ «З»	200,0	12	ПАТ «МТФ»	180,0	?

Необхідно за допомогою матриці БКГ визначити позиції секторів бізнесу «Цедар» і розробити оптимальну стратегію розвитку компанії, враховуючи як перспективи кожного підрозділу, так і необхідність оптимізації господарського портфеля.

25. До складу компанії «Меридіан» входять три стратегічні господарські підрозділи (СГП): «Бегемот» (виробництво миючих засобів), «Фасад» (виробництво керамічної плитки і «Крокодил» (мережа ресторанів). Користуючись наведеними нижче даними, визначте позицію кожного стратегічного господарського підрозділу на матриці ADL/ Проаналізуйте і виберіть рекомендовану стратегію розвитку.

Таблиця

Показники	СГП «Бегемот»	СГП «Фасад»	СГП «Крокодил»
Стадія життєвого циклу	Зростання	Зрілість	Занепад
Конкурентна позиція	Слабка	Сильна	Домінуюча
Внутрішній перерозподіл	220%	95%	30%
RONA	3%	13%	8%

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідас ДСТУ ISO 9001:2015	Ф-19.09- 05.02/3/076.0 0.1/073.00.1/ Б-2021
	Екземпляр № 1	Арк 44 / 1

26. Розрахуйте ринкові частки фірм у вартісному та натуральному вимірі виражені для даних табл.

Таблиця

Вихідні дані для визначення ринкових часток

Фірма в галузі		Обсяги реалізації (О), тис т та ціни (Р), грн./т			
		Варіанти			
№1	О	2276	5512	5588	5426
	Р	10,55	15,55	10,55	11,03
№2	О	5689	5558	5410	6897
	Р	15,25	10,5	15,50	10,30
№3	О	5289	5698	5623	6524
	Р	10,70	15,8	10,50	10,03
№4	О	2589	1206	2889	2654
	Р	10,55	15,5	10,60	11,03
№5	О	7698	1745	7555	7423
	Р	15,50	10,99	14,54	15,30

27. За даними табл. 4 здійсніть оцінку конкурентних позицій базового підприємства в галузі та визначте ключові фактори успіху в галузі кожного з них.

Здійсніть оцінку конкурентної позиції базового підприємства з використанням матриці «Дженерал – Електрик» - «Мак-Кінсі», якщо привабливість ринку діяльності зміниться з низької до середньої. Запропонуйте стратегію розвитку.

Таблиця

№	Ключові фактори успіху	Підприємство	Конкуренти		
			А	Б	С
1	Виробничі можливості	8	1	9	6
2	Рівень технології	5	4	8	4
3	Фінансовий стан	9	6	7	5
4	Збутова мережа	4	5	6	7
5	Маркетинг	6	2	7	3
6	Якість продукції	6	3	7	5
7	Оптимізація витрат	5	4	8	5
8	Рівень обслуговування клієнтів	8	9	8	5

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідас ДСТУ ISO 9001:2015	Ф-19.09- 05.02/3/076.0 0.1/073.00.1/ Б-2021
	Екземпляр № 1	Арк 44 / 1

9	Репутація	9	8	7	6
10	Загальна оцінка	60	43	67	46

28. Визначте найбільш вигідну маркетингову стратегію підприємств-конкурентів на ринку та зазначте сильні сторони у сфері маркетингу кожного підприємства ринку. Вихідні дані для оцінки наведено у табл. 1.

Таблиця 1.

Вихідні показники для визначення найбільш вигіднішої маркетингової стратегії

Ключові показники	Коеф. Вагом	Рейтинг показника, бали					
		Фірма 1	Фірма 2	Фірма 3	Фірма 4	Фірма 5	Фірма 6
Якість продукції	0,30	3	4	4	5	3	2
Просування товару на ринку	0,05	3	3	4	3	2	1
Роздрібна ціна продукції	0,25	3	4	4	2	4	2
Збут продукції	0,15	3	3	4	5	2	3
Стимулювання збуту	0,05	3	4	3	5	2	3
Реклама	0,1	2	3	2	2	2	4
Можливості цінової політики	0,1	1	2	1	3	1	2

29. Обґрунтувати виробничу стратегію діяльності підприємства у випадку наявності попиту, але недостатності виробничих потужностей.

30. Побудувати матрицю БКГ, використовуючи наступну таблицю та надати висновки щодо стану та напрямків руху по кожній СОБ.

Оцінка частки ринку та темпів зростання  
ЗАТ «Ліктрави» в 2022 році

СОБ ЗАТ «Ліктрави»	Обсяг реалізації	Річні темпи зростання, %	Відносна частка ринку	Найбільший конкурент	Обсяг реалізації	Відносна частка ринку
СОБ-1	1955	5,71	1,09	«Фігофарм»	1800	1,0
СОБ-2	1215	7,92	1,10	«Фігофарм»	1100	1,0
СОБ-3	572	3,77	0,92	«Фігофарм»	620	1,0
СОБ-4	980	5,62	5,44	«Фігофарм»	180	1,0
СОБ-5	1220	10,10	2,03	«Фігофарм»	600	1,0

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015	Ф-19.09- 05.02/3/076.0 0.1/073.00.1/ Б-2021
	Екземпляр № 1 Арк 44 / 1	

31. Побудувати матрицю БКГ, використовуючи наступну таблицю та надати висновки щодо стану та напрямків руху по кожній СОБ.

Оцінка частки ринку та темпів зростання  
ВАТ “Золотий Каравай” в 2022 році

СОБ ВАТ “Золотий Каравай”	Обсяг реалі- зації	Річні темпи зростання,%	Відносна частка ринку	Найб. конкурент	Обсяг реалі- зації	Відн. частка ринку
СОБ-1	2100	6,24	2,3	“Хлібець”	1900	1,0
СОБ-2	1320	9,02	0,9	“Хлібець”	1450	1,0
СОБ-3	681	4,50	0,6	“Хлібець”	920	1,0
СОБ-4	1093	7,76	4,9	“Хлібець”	280	1,0
СОБ-5	1330	12,13	3,4	“Хлібець”	660	1,0

#### РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

1. Ігнат'єва І. А. Стратегічний менеджмент: підручник. Київ: Каравела, 2019. 464 с.
2. Бровкова О.Г. Стратегічний менеджмент. Навчальний посібник. Центр навчальної літератури (ЦУЛ). 2019. 224 с.
3. Дикань В.Л., Зубенко В.О., Маковоз О.В., Токмакова І.В., Шраменко О.В. Стратегічне управління: навч. посібник. К.: «Центр учбової літератури», 2019. 272 с.
4. Ковтун О.І. Стратегія підприємства: Навч. посібник /О.І. Ковтун. – Л.: «Новий світ», 2016. – 388 с.
5. Наливайко А. П., Гребешкова О. М., Решетняк Т. І. Стратегія підприємства у постіндустріальній економіці : монографія; за заг. ред. А. П. Наливайка, О. М. Гребешкової. Київ : КНЕУ, 2017. 418 с.
6. Піжук О. І. Стратегія підприємства : навч. посіб. / О. І. Піжук. – Ірпінь : Університет ДФС України, 2018. – 390 с.
7. Розвиток бізнесу: стратегія, проектування, організація та діяльність фірми (тестові завдання) / [З. М. Залога та ін.] ;



Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015	<b>Ф-19.09- 05.02/3/076.0 0.1/073.00.1/ Б-2021</b>
	<i>Екземпляр № 1</i>	<i>Арк 44 / 1</i>

Львів. нац. ун-т ім. Івана Франка, Екон. ф-т, Каф. економіки підприємства. - Львів : Растр - 7, 2018. - 284 с.

8. Сумець О. М. Стратегічний менеджмент : підручник / О. М. Сумець ; МВС України, Харків. нац. ун-т внутр. справ, Кременч. льот. коледж. – Харків : ХНУВС, 2021. – 208 с.
9. Таран О. М. Стратегічне управління: навч. посіб. Харків: Харк. нац. аграр. ун-т, 2020. 345 с. 4. Харниш Верн. Развитие бизнеса: инструменты прибыльного роста / пер. с англ. Москва: Манн, Иванов и Фербер, 2016.
10. Чухрай Н.І., Просович О. П. Стратегічне управління інноваційним розвитком підприємства. Львівська політехніка. 2015. 284 с.

