

**Модульна контрольна робота з дисципліни
«Стратегія розвитку підприємства»**

Змістовий модуль 4.

Стратегічні альтернативи підприємства, методики їх формування, оцінки та відбору

Варіант 1.

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;

е) тільки на корпоративному та бізнес-рівнях підприємства.

2. Розробка або вибір конкретної стратегії означає, що:

- а) назріла кризова ситуація і її терміново потрібно вирішувати;
- 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. 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;

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

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

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

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

6. Декомпонування корпоративної стратегії – це:

- а) комбінування стратегій підприємства на корпоративному рівні;
- 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».

7. 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.

8. Який підхід до декомпозиції корпоративної стратегії є практично найбільш придатним до застосування:

- 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 декомпозиції, в основі якого лежить принцип представлення підприємства як системи його бізнесів і, відповідно, його стратегії як системи стратегій цих бізнесів;
- г) ресурсний підхід до декомпозиції корпоративної стратегії;
- д) підхід до декомпозиції 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 декомпозиції його корпоративної стратегії завжди доповнюють іншими.

9. 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.

10. 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.

11. 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.

12. 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.

13. 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.

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

- а) реагуючою;
- б) захисною;
- в) імітаційною;
- г) всі відповіді правильні.

15. 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.

16. 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?

17. 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?

18. 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.

19. 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.

20. Стратегічне управління – це:

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

21. 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».

22. 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.

23. В Україні теорія і практика стратегічного управління бізнесу:

- а) знайшли обмежене впровадження – тільки на державних підприємствах;
- б) знайшли обмежене впровадження – тільки на великих підприємствах;
- в) знайшли обмежене впровадження – тільки на малих підприємствах;
- г) знайшли обмежене впровадження – тільки в корпоративному секторі економіки;
- д) не знайшли широкого запровадження;
- е) знайшли розвиток та широке розповсюдження.

24. 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).

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

- а) децентралізації управління компаніями;
- 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.

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

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

27. *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.

28. *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.

29. *Функціональна стратегія не розробляється:*

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

30. *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.

Варіант 2.

1. 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.

2. 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;

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

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

5. 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.

б. 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 СПЦ 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.

7. 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.

8. 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.

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.

11. *Хто відповідає за розробку функціональної стратегії не диверсифікованого підприємства?*

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

12. *Функціональна стратегія не розробляється:*

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

б. *Виробнича стратегія включає в себе заходи:*

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

13. *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.

14. *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.

15. *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;
- г) оформлення організаційно-правових і розрахунково-фінансових документів з реалізації стратегічного плану?

16. *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?

17. *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.

18. 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.

19. 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.

20. Стратегічний менеджмент на підприємстві – це:

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

21. 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.

22. 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.

23. 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.

24. 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.

25. 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.

26. 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.

27. 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.

28. 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.

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

- а) стратегії загального управління й управління персоналом;
- б) стратегії НДПКР і виробника;
- 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.

30. 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.

