

1. Метою стратегічного аналізу є:

б) змістовний і більш-менш формальний опис об'єкта дослідження, виявлення особливостей, тенденцій, можливих і неможливих напрямків його розвитку;

2. До можливих шляхів досягнення підприємством конкурентної переваги належать:

а) застосування вдалих іміджевих технологій;

3. При визначенні місії підприємства надають:

а) характеристику продуктів або послуг;

4. До функціональних стратегій підприємства належать:

а) стратегія управління персоналом;

5. Оберіть стандартні стратегії для позначеного квадранту матриці "General Electric –McKinsey":

а) мобілізація потенціалу підприємства для зростання; пошук партнерів; зміцнення слабких сторін;

6. До критеріїв оцінювання стратегічних альтернатив відносять:

г) усі відповіді вірні.

7. До обмежень використання класичної матриці Бостонської консалтингової групи для розробки загальнокорпоративної стратегії можна віднести:

в) труднощі, пов'язані з оцінкою масштабів ринку і ринкової долі;

8. Однією з чотирьох базових стратегій, які рекомендуються за результатами побудови класичної матриці Бостонської консалтингової групи, є:

а) збирання врожаю;

9. У межах стратегії конгломератної диверсифікації здійснюються такі дії:

б) охоплення таких напрямків діяльності, які не мають прямого безпосереднього зв'язку з основним бізнесом підприємства;

10. Конкурентні переваги підприємства є внутрішніми, якщо вони базуються:

в) на можливості підприємства забезпечити нижчі витрати виробництва товарів, ніж у конкурентів;

11. До завдань стратегічного контролю не належить:

г) обґрунтування способів відбору стратегій.

12. Реалізація стратегії зворотної інтеграції забезпечує вирішення для підприємства таких завдань:

г) **нічого із перерахованого.**

13. Стратегія форвардної інтеграції застосовується з метою:

г) **посилення контролю системи розподілу власної продукції.**

14. Ресурсні стратегії – це:

б) **тип забезпечувальних стратегій стратегічного набору, в яких визначаються стратегії поведінки підприємства у ЗСР, форми та методи постачання, політика створення страхових запасів; систем розподілу і поповнення ресурсів;**

15. До функціональних належать стратегії, що визначають стратегічну орієнтацію такої підсистеми управління підприємством:

в) **системи розробки та впровадження інноваційних продуктів;**

16. Поняття “стратегічне управління” стосовно бізнесу почали використовувати:

б) **у 60–70-ті роки ХХ ст. у США;**

17. При використанні стратегії диференціації підприємство:

б) **виробляє велику кількість модифікацій відомого марочного товару для ринку з різноманітними потребами;**

18. Для підприємств галузі, що перебуває на стадії зростання, найбільш доцільним є застосування такої стратегії:

б) **зниження витрат виробництва і збуту, вихід на нові ринки;**

19. Згідно з матрицею БКГ, стратегічні напрями діяльності підприємства відносять до:

а) **“важких дітей”, “зірок”, “дійних корів”, “собак”;**

20. Необхідною ринковою умовою для застосування підприємством стратегії диференціювання є:

б) **різноманітність попиту на продукцію за структурою, переважання нецінової конкуренція;**

21. Послідовність етапів становлення та розвитку стратегічного управління охоплює:

а) **бюджетування, довгострокове планування, стратегічне планування, стратегічний менеджмент;**

22. Основними ризиками застосування стратегії низьких витрат можуть бути:

б) **поява технологічних новинок, які зведуть нанівець переваги у витратах;**

23. Карта стратегічних груп конкурентів – це:

- а) інструмент, який дозволяє порівняти конкурентні позиції підприємств галузі;**
24. До загроз використання підприємством стратегії вертикальної інтеграції можна віднести:
- в) створення бар'єрів виходу або мобільності;**
25. Стратегічна група конкурентів – це:
- в) підприємства-конкуренти певної галузі, які схожі за певними ознаками;**
26. Стратегія організації – це:
- б) генеральна довгострокова програма дій та порядок розподілу ресурсів організації для досягнення її цілей;**
27. Стратегічний напрям діяльності, який відповідно до матриці Бостонської консалтингової групи відноситься до “дійних корів”, має такі координати:
- б) велика відносна частка на ринку, який повільно зростає;**
28. Стратегічний господарський центр (СГЦ) — це:
- а) організаційно оформлена найменша виробничо-управлінська одиниця, для якої можна налагодити облік доходів, витрат, інвестицій та розробити самостійну продуктово-товарну стратегію (або «портфель») та «стратегічний набір» певного типу;**
29. Передумовами обрання стратегії «лідерство за повними витратами» є:
- а) масове виробництво серійної продукції;**
30. Для успішного застосування стратегії диференціювання підприємство повинно:
- а) мати сильні служби маркетингу та інжинірингу;**
31. Стратегічна альтернатива обирається, якщо вона:
- г) усі відповіді вірні.**
32. Змінні, що покладені в основу карти стратегічних груп конкурентів, мають відповідати таким вимогам:
- б) бути важливими для характеристики рівня конкуренції у галузі;**
33. Для визначення джерел досягнення конкурентних переваг використовують такі інструменти:
- а) аналіз ланцюжка створення вартості за методикою М. Портера;**
34. Аналіз зовнішнього середовища стратегічного напрямку діяльності підприємства включає:
- б) аналіз п'яти конкурентних сил за методикою М. Портера;**

35. Концепція стратегічного управління передбачає взаємозв'язок таких управлінських процесів:

в) аналіз макро-, мікросередовища та внутрішнього середовища, визначення місії та цілей, вибір стратегії, її реалізація та оцінювання, контроль;

36. Поняття "управління за результатами" визначається як:

а) сукупність систем управління та розвитку, за допомогою яких досягається результат;

37. Сильний імідж підприємства є, згідно з концепцією «управління за результатами», ключовим результатом за:

г) за некомерційною діяльністю.

38. Довгострокове планування обсягу складських запасів належить до:

б) ресурсно-ринкової стратегії;

39. Якщо підприємство не має можливості успішно розвиватися на даному ринку з даним продуктом у рамках даної галузі, то воно використовує стратегію:

а) скорочення;

40. Стратегічне планування - це:

б) процес створення та підтримування стратегічної відповідності між цілями підприємства та його можливостями;

41. Місія в широкому розумінні розглядається як:

б) сформульований зміст існування підприємства;

42. Послідовність дій в межах стратегічного управління охоплює:

в) визначення місії - визначення цілей - вибір стратегії;

43. Проміжне середовище (безпосереднє оточення) — це:

а) сукупність факторів, що формують довгострокову прибутковість (збитковість) організації і на які вона може впливати через встановлення ефективних комунікацій;

44. SWOT-аналіз передбачає:

а) виявлення внутрішнього потенціалу підприємства та визначення потенційних можливостей та небезпек;

45. Вибір стратегії здійснюється на основі:

а) оцінки внутрішнього потенціалу підприємства, порівняння перспектив розвитку в різних видах діяльності, встановлення пріоритетів цілей;

46. Потенціал підприємства - це:

б) сукупність наявних ресурсів підприємства та здатність його співробітників до їх використання з метою одержання максимального ефекту;

47. Стратегічна господарська зона – це (за І.Ансоффом):

б) окремий сегмент оточення, на який підприємство має (або хоче одержати) вихід ;

48. Стратегічний центр господарювання - це:

а) внутрішньофірмова організаційна одиниця, яка відповідає за розробку стратегічних позицій фірми в одній або в кількох СЗГ;

49. SPACE – аналіз – це:

а) комплексний метод, призначений для оцінки ситуації та вибору стратегій;

50. В основу підходу до визначення конкурентоспроможності ресурсу компанії покладено:

в) оцінку цінності, рідкісності, неповторності та незамінності ресурсу;