

Міністерство освіти і науки України
Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича

Збірник тестових завдань
для підготовки до комплексного (кваліфікаційного)
екзамену
з галузі знань 07 «Управління та адміністрування»
спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та
біржова діяльність»
студентів усіх форм навчання

Чернівці

2020

УДК 339.9.012

Рецензенти:

- А.А. Вдовічен доктор економічних наук, професор, в.о. директора Чернівецького торговельно-економічного інституту Київського національного торговельно-економічного університету
- Ж.П. Лисенко кандидат економічних наук, доцент кафедри публічних, корпоративних фінансів та фінансового посередництва

Збірник тестових завдань для підготовки до комплексного (кваліфікаційного) екзамену з галузі знань 07 «Управління та адміністрування» спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» студентів усіх форм навчання. Укладачі: Вербівська Л.В., Яскал О.О., Шахраюк-Онофрей С.І. Чернівці: Чернівецький національний університет ім. Ю. Федьковича, 2020. 153 с.

Базовий характер бакалаврського етапу вищої економічної освіти забезпечується спеціально дібраними гуманітарними та соціально-економічними, фундаментальними і професійно-орієнтованими навчальними дисциплінами. Однією з передбачених форм завершення навчання на освітньому рівні бакалавр є комплексний (кваліфікаційний) екзамен з дисциплін фахової підготовки. На комплексний (кваліфікаційний) екзамен для студентів згідно затвердженого навчального плану зі спеціальності «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» виносять навчальні дисципліни: «Стратегія підприємництва», «Підприємництво» та «Організація торгівлі». Тестові завдання на сьогоднішній день є невід'ємною частиною навчального процесу, оскільки сприяють покращенню його якості та глибокому засвоєнню учбового матеріалу. Тести є ефективним методом контролю знань студентів, що дозволяють провести діагностику теоретичних знань студентів за всіма темами навчальних курсів і передбачають остаточне закріплення знань у поєднанні з аудиторними лекційними, практичними та семінарськими заняттями.

Для студентів економічних спеціальностей вищих навчальних закладів, економістів, фахівців, що займаються викладацькою діяльністю.

ЗМІСТ

Передмова	
I. Стратегія підприємництва	6
Зміст навчальної дисципліни	8
Перелік питань для самопідготовки	10
Тестові завдання	12
Список рекомендованої літератури	48
II. Підприємництво	52
Зміст навчальної дисципліни	53
Перелік питань для самопідготовки	57
Тестові завдання	59
Список рекомендованої літератури	95
III. Організація торгівлі	99
Зміст навчальної дисципліни	100
Перелік питань для самопідготовки	104
Тестові завдання	106
Список рекомендованої літератури	148

ПЕРЕДМОВА

Базовий характер бакалаврського етапу вищої економічної освіти забезпечується спеціально дібраними гуманітарними та соціально-економічними, фундаментальними і професійно-орієнтованими навчальними дисциплінами. Нині спостерігається тенденція всеохоплюючого поширення та впровадження тестових технологій у навчальний процес. Саме тестування в сучасних умовах є одним з найбільш технологічних засобів діагностики й оцінювання навчальних досягнень студентів, оскільки неможливо досягти значних знань без відповідного контролю за ходом їх здобуття, без відповідної коригувальної діяльності.

Однією з передбачених форм завершення навчання на освітньому рівні бакалавр є комплексний (кваліфікаційний) екзамен з дисциплін фахової підготовки. На комплексний (кваліфікаційний) екзамен для студентів згідно затвердженого навчального плану зі спеціальності «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» виносять навчальні дисципліни: «Стратегія підприємництва», «Підприємництво» та «Організація торгівлі». Тестові завдання на сьогоднішній день є невід'ємною частиною навчального процесу, оскільки сприяють покращенню його якості та глибокому засвоєнню учбового матеріалу. Тести є ефективним методом контролю знань студентів, що дозволяють провести діагностику теоретичних знань студентів за всіма темами навчальних курсів і передбачають остаточне закріплення знань у поєднанні з аудиторними лекційними, практичними та семінарськими заняттями.

Послідовність та структура збірника тестових завдань з курсів «Стратегія підприємництва», «Підприємництво» та «Організація торгівлі» чітко відповідає програмам курсів та охоплює всі вивчені згідно структур вказаних дисциплін теми. Робота з тестами передбачає визначення правильних чи неправильних відповідей лише за умови глибокого засвоєння вивченого теоретичного та практичного матеріалу.

Крім того, позитивним є те, що студентам для засвоєння вказаних дисциплін пропонуються також тести підвищеної складності (тести третього рівня у вигляді практичних ситуацій та задач) для індивідуальної роботи студента з метою поглибленого вивчення курсу. Саме вирішення тестових завдань різного виду складності сприятиме формуванню у студентів сучасного економічного мислення, глибокого комплексного розуміння проблем підприємницької діяльності, стратегічного планування та особливостей здійснення торговельної діяльності, опанування комплексом засобів та методів, які дозволять забезпечити розробку і впровадження в практику ринкових методів господарювання.

Збірник тестових завдань для підготовки до комплексного (кваліфікаційного) екзамену з галузі знань 07 «Управління та адміністрування», спеціальності 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність студентів усіх форм навчання, підготовлений відповідно до затверджених програм курсів «Стратегія підприємництва», «Підприємництво» та «Організація торгівлі» та призначений для оцінювання підсумкових знань (атестації) студентів, оскільки повністю охоплює усі розділи тематичного плану курсу.

Загалом тестових завдань відповідає вимогам методичних рекомендацій вищої школи щодо структури та змісту даного виду збірників й може використовуватись в процесі навчання та підготовки до комплексного (кваліфікаційного) екзамену студентів освітнього рівня «бакалавр» зі спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля

та біржова діяльність».

Комплексний (кваліфікаційний) екзамен з дисциплін фахової підготовки має ряд особливостей, які необхідно враховувати при його підготовці і складанні:

- необхідно не лише продемонструвати глибокі знання суті питання, а й усвідомити багатогранність проблеми, що аналізується, виділяти ключові сторони та специфіку їхнього прояву;

- студент повинен мати власну позицію відносно проблем, що розглядаються.

Ці та деякі інші вимоги до підготовки і складання комплексного (кваліфікаційного) екзамену свідчать про його комплексність та орієнтацію на широкий зв'язок з практикою ринкової трансформації економіки України.

I. СТРАТЕГІЯ ПІДПРИЄМНИЦТВА

Метою навчальної дисципліни «Стратегія підприємництва» є: формування у студентів систематизованих теоретичних знань і практичних навичок стратегічного мислення для вирішення завдань ефективного функціонування ринкових структур і механізмів взаємодії суб'єктів економічної діяльності суспільства.

У результаті вивчення навчальної дисципліни «Стратегія підприємництва» студенти повинні:

знати:

- сутність основних понять стратегії підприємства та методи їх застосування в різноманітних сферах діяльності;
- теоретичні основи визначення існуючої стратегії підприємства;
- теоретичні засади поєднання різних стратегій, що відносяться до одного стратегічного портфелю;
- методи та інструменти розробки стратегії;
- розвиток теорій стратегічного управління в Україні;
- зміст і призначення стратегій бізнесу;
- суть корпоративної стратегії підприємства;
- основи компонування та декомпонування корпоративної стратегії;
- типологію функціонування стратегій підприємства та їх сутність.

вміти:

- аналізувати у розрізі кожного стратегічного напрямку діяльності рівень конкуренції;
- сформулювати стратегічний контекст підприємства;
- використовувати життєвий цикл товару та підприємства з метою формування стратегічного портфелю;
- обирати шляхи посилення конкурентних переваг існуючих стратегічних напрямів діяльності;
- визначати цілі та місію підприємства;
- складати алгоритм реалізації загальної стратегії розвитку підприємства;
- розробляти функціональні, ресурсні, конкурентні та корпоративну стратегії підприємства;
- оцінювати і порівнювати ефективність альтернативних варіантів стратегії підприємства;
- використовувати методологію стратегічного управління стосовно вітчизняних суб'єктів господарювання.

Метою навчальної дисципліни «Підприємництво» є: формування системи базових знань у сфері підприємництва, розуміння концептуальних завдань функціонування підприємств різних типів в сучасних умовах, набуття вмій та навичок здійснення підприємницької діяльності, прийняття економічно обґрунтованих господарських рішень.

У результаті вивчення навчальної дисципліни «Підприємництво» студенти повинні:

знати:

- сутність і форми підприємницької діяльності;
- механізм і витрати при створенні фірми;

- функції і правила поведінки бізнесмена, принципи і сутність господарських рішень, що приймаються в підприємницькій діяльності;
- порядок ліцензування певних видів підприємництва та ін.
- правові основи функціонування малого та середнього підприємства; визначення і оцінку результатів діяльності малого та середнього підприємства.

вміти:

- обрати вид підприємницької діяльності;
- обрахувати витрати на створення фірми;
- порядок реєстрації фірми певної організаційно-правової форми;
- особливості укладання угоди (договору);
- розробляти заходи щодо прийняття ефективних господарських рішень.
- оцінювати ефективність використання окремих видів ресурсів;
- проводити оцінку впливу чинників зовнішнього середовища на діяльність підприємства.

СТРАТЕГІЯ ПІДПРИЄМНИЦТВА

Зміст навчальної дисципліни

Тема 1. Стратегія підприємства: поняття, еволюція концепції

Становлення і розвиток теорії стратегії підприємства. Етапи формування теорії стратегії підприємства. Вихідні положення побудови теорії стратегії підприємства. Підходи до побудови теоретичного підґрунтя теорії стратегії. Еволюція поняття «Стратегія підприємства». Поняття стратегії підприємства та їх види. Визначення поняття стратегії підприємства з наукової точки зору. Класифікація стратегій господарюючих суб'єктів. Алгоритм розробки і реалізації стратегії підприємства. Класифікація дефініцій поняття стратегія. Ознаки, за якими класифікуються стратегії. Групи радикальних змін. Стратегії відбудови та поживавлення етапу підприємства. Стратегії проактивних змін. Суть і принципи стратегічної діяльності підприємства.

Тема 2. Визначення місії та цілей підприємства

Суть та методика побудови «дерева цілей». Технологічні засади побудови «дерева цілей». Метод забезпечення необхідних умов при побудові «дерева цілей». Етапи процесу планування. Ієрархія цілей підприємства. Процес формування системи цілей. Фактори (умови), які забезпечують досягнення місії. Вибір та оцінка забезпечуючих умов. Визначення пріоритетів цілей.

Тема 3. Стратегічний контекст підприємства

Стратегічна та маркетингова сегментація підприємства. Основні характеристики маркетингової та стратегічної сегментації підприємства. Схема стратегічної сегментації через розмежування та перегруповування. Загальні критерії стратегічної сегментації. Детермінанти успіху підприємства для окремого напрямку діяльності. Аналіз конкуренції підприємства. Модель п'яти сил конкуренції за М.Портером.

Тема 4. Оцінювання зовнішнього середовища підприємства

Структурування зовнішнього середовища підприємства. Склад факторів макросередовища. Оцінка мезосередовища підприємства. Критерії для визначення сегментів ринку. Додаткові критерії оцінки сегмента ринку. Стратегії вибору цільових сегментів. Варіант підвищення адаптаційної ефективності підприємства.

Тема 5. Аналіз стратегічного потенціалу підприємства

Підходи до аналізу внутрішніх можливостей підприємства. Загальна економічна оцінка діяльності підприємства. Функціональні сфери дослідження підприємства. Вихідна інформація для організації дослідження підприємства. Аналіз маркетингової діяльності. Аналіз виробничої діяльності. Аналіз фінансової діяльності. Аналіз персоналу підприємства. Аналіз рівня організації структури. Загальна оцінка економічного розвитку підприємства.

Тема 6. Стратегії бізнесу

Поняття, призначення і зміст стратегій бізнесу. Типи стратегій бізнесу підприємства та їх характеристика. Потенційно можливі форми організації зовнішніх зв'язків підприємства. Аналіз стратегії з використанням тривимірного простору. Матриця можливих варіантів стратегії організації взаємовідносин підприємства. Види організаційних стратегій. Стратегії зниження витрат. Цінові стратегії бізнесу. Межі використання концепції ефекту досвіду.

Тема 7. Стратегія диверсифікації

Еволюція стратегії диверсифікації. Гіпотези диверсифікаційних процесів. Реалізація диверсифікаційних стратегій. Вимір рівня диверсифікованості діяльності підприємства. Основні напрямки диверсифікації стратегії. Диверсифікаційні стратегії. Стратегія диференціювання продукції. Типологія стратегій диференціювання. Переваги реалізації стратегії диференціації підприємства. Потенційно можливі джерела успішної диференціації за місцем їх знаходження у ланцюгу формування вартості. Напрями та засоби стратегічного зростання підприємства. Види спеціалізацій як стратегічних напрямків розвитку підприємства. Матриця можливих стратегій розвитку монопрофільного підприємства.

Тема 8. Стратегія зовнішнього розвитку підприємства

Зовнішній розвиток підприємства. Стратегія горизонтальної інтеграції. Стратегії вертикальної інтеграції. Порядок формування стратегії зовнішнього розвитку підприємства. Особливості теоретичного аналізу технічного розвитку. НТП - революційне значення для суб'єктів господарювання. Групи та розподіл НТП. Суть екзогенного і ендогенного НТП. Класична двофакторна модель виробничого процесу. Моделі генерації факторів виробництва. Підходи до аналізу впливу науки і техніки та ефективність виробничої системи підприємства. Технічний прогрес за Хіксом. Нейтральний технічний прогрес за Харродом і Солоу. Динаміка капітального фактора виробництва.

Тема 9. Корпоративна стратегія підприємства

Суть корпоративної стратегії підприємства. Стратегічні альтернативи. Стадії і фактори вибору базової стратегії. Стратегічний сегмент зовнішнього оточення. Матричний аналіз господарського життя. Матриця «ріст/частка». Матриця «привабливість галузі/позиція в конкуренції». Оцінка довгострокової галузевої привабливості. Фактори, що використовуються для оцінки конкурентних позицій. Алгоритм реалізації загальної стратегії розвитку підприємства.

Тема 10. Матричні методи формування корпоративної стратегії підприємства

Формування стратегії підприємства. Спектр моделей стратегічного аналізу. Матриця стратегічного аналізу Бостонської консультаційної групи. Напрямки діяльності у матриці. Позитивні риси моделі БКГ. Обмеження у використанні моделі БКГ. Оновлена матриця стратегічного аналізу БКГ. Можливі конкурентні позиції підприємства за методом групи "Артур Д.Літл. Матриця "АДЛ" стратегічний і фінансовий аспект. Матриця МакКінсі. Зміст стратегії за методом МакКінсі. Порівняння матричних моделей стратегічного аналізу.

Тема 11. Альтернативність у стратегічному виборі

Оцінювання і порівняння ефективності альтернативних варіантів стратегії підприємства. Оцінка сильних і слабких сторін підприємства. SWOT аналіз. Стадії і фактори вибору базової стратегії. Набір функціональних стратегій розвитку підприємства. Сегментування зовнішнього оточення підприємства. Порядок виділення СЗГ (стратегічних зон господарювання). Оцінка довгострокової галузевої привабливості.

Тема 12. Декомпонування корпоративної стратегії підприємства

Підходи до декомпонування корпоративної стратегії підприємства. Особливості декомпонування загальних стратегій підприємства. Традиційні підходи до декомпонування корпоративної стратегії підприємства. Декомпонування корпоративної стратегії підприємства за функціональним підходом (принципом). Декомпонування корпоративної стратегії підприємства за підходом виділення провідної ключової стратегії підсистеми (за допомогою дерева структури та стратегічних альтернатив). Декомпонування корпоративної

стратегії підприємства за принципом виділення окремих бізнес-аспектів. Сучасні підходи до декомпонування стратегії підприємства

Тема 13. Загальна характеристика функціональної стратегії

Типологія функціональних стратегій підприємства. Маркетингова стратегія підприємства. Стратегія просування товару на ринок. Стратегія розповсюдження, Продуктово-товарна стратегія. Стратегія ціноутворення. Стратегія наукових досліджень і проектно-конструкторських розробок. Класифікація інноваційних стратегій за М. Фрідманом. Оборонна стратегія. Наступальна стратегія. Виробнича стратегія підприємства. Стратегія фінансування. Стратегія управління персоналом підприємства.

Тема 14. Стратегічні аспекти у функціональних сферах діяльності підприємства

Реалізація стратегії в циклі стратегічного управління підприємством. Стратегічність діяльності та розвитку підприємства. Зміна організаційної структури управління відповідно до потреб реалізації стратегії. Функції вищого керівництва в організації розробки стратегії підприємства. Зміна організаційної культури і стилю управління відповідно до потреб реалізації стратегії. Організація стратегічних змін на підприємстві. Рекомендовані еталонні стратегії розвитку підприємства

Тема 15. Сучасний стан і перспективи розвитку стратегічного управління в Україні

Динаміка трансформаційних процесів в стратегічному управлінні підприємствами. Сучасний стан стратегічного управління в Україні. Особливості методології стратегічного управління стосовно вітчизняних суб'єктів господарювання. Етапи процесу забезпечення адаптації підприємства до умов середовища. Ситуаційний підхід та його особливості на етапі стратегічного аналізу. Концептуальна схема ситуаційного підходу до формування стратегії. Сценарний підхід до визначення напрямків удосконалення технології менеджменту й самих управлінських процесів. Функціонально-вартісний аналіз як один з методів удосконалення управлінського процесу. Перспективи розвитку стратегічного управління в Україні. Методологія стратегічного менеджменту.

ПЕРЕЛІК ПИТАНЬ ДЛЯ САМОПІДГОТОВКИ з дисципліни «Стратегія підприємництва»

1. Еволюція систем планування розвитку підприємства
2. Становлення і розвиток теорії стратегії підприємства
3. Сутність і особливості стратегії підприємства
4. Концепції стратегії підприємства
5. Класифікація стратегій господарюючих суб'єктів
6. Особливості та основні етапи розроблення стратегії підприємства
7. Типові підходи до розроблення стратегій підприємства
8. Стратегічне бачення в управлінні підприємством
9. Місія підприємства
10. Цілі підприємства, їх види та особливості
11. Механізм формування цілей підприємства
12. Ієрархія цілей
13. Зв'язки і узгодженість цілей

14. Аспекти стратегічного контексту підприємства
15. Модель п'яти сил конкуренції за М.Портером.
16. Детермінанти успіху підприємства
17. Структурування зовнішнього середовища підприємства. Макросередовище підприємства
18. Структурування зовнішнього середовища підприємства. Оцінка мікросередовища підприємства
19. Сегментування ринку
20. Підходи до аналізу внутрішніх можливостей підприємства
21. Стратегічний аналіз конкурентоспроможності потенціалу підприємства
22. Поняття, призначення і зміст стратегій бізнесу
23. Базові конкурентні стратегії підприємств
24. Оцінка конкурентоспроможності продукції і підприємства
25. Форми ділового співробітництва (партнерства) підприємств
26. Диверсифікація як ефективний механізм забезпечення розвитку підприємства
27. Типи диверсифікації
28. Види диверсифікації діяльності підприємств
29. Зовнішній розвиток підприємства
30. Поняття економічної інтеграції. Порядок формування стратегії зовнішнього розвитку підприємства
31. Типи інтеграційних стратегій
32. Інтеграційні форми підприємств та організацій
33. Сутність і особливості корпоративних (портфельних) стратегій підприємства
34. Базові корпоративні стратегії
35. Матриця Бостонської консультативної групи (БКГ) «зростання-частина ринку»
36. Багатофакторна портфельна матриця «Мак-Кінсі» «привабливість-конкурентоспроможність»
37. Матриця АДЛ (фірми Артура Д.Літла)
38. Стратегічні альтернативи в рамках базових корпоративних стратегій
39. Проведення SWOT- аналізу діяльності підприємства.
40. Вибір стратегічних альтернатив розвитку підприємства. Матриця «внутрішнє-зовнішнє середовище»
41. Матриця Ансоффа
42. Підходи до декомпонування корпоративної стратегії підприємства
43. Декомпозиція КС підприємства за функціональним підходом (принципом)
44. Декомпонування КС підприємства за принципом виділення окремих бізнес-аспектів.
45. Типологія функціональних стратегій підприємства
46. Маркетингова стратегія підприємства.
47. Ресурсно-ринкова стратегія підприємства.
48. Стратегія ціноутворення.
49. Стратегія науково-дослідних та проектно-конструкторських робіт.
50. Виробнича стратегія підприємства.
51. Стратегія фінансування.
52. Стратегія управління персоналом підприємства.
53. Функціональні сфери діяльності підприємства.
54. Стратегічність діяльності та розвитку підприємства.
55. Системний функціональний аналіз внутрішнього стану підприємства.
56. Функції вищого керівництва в організації розробки стратегії підприємства
57. Реалізація стратегії в циклі стратегічного управління підприємством
58. Зміна організаційної структури управління відповідно до потреб реалізації стратегії
59. Зміна організаційної культури і стилю управління відповідно до потреб реалізації

- стратегії. Організація стратегічних змін на підприємстві
60. Передумови та сучасний стан розвитку стратегічного управління на українських підприємствах
 61. Особливості стратегічного підходу в управлінні українськими підприємствами на сучасному етапі
 62. Перспективи розвитку стратегічного управління в Україні

ТЕСТОВІ ЗАВДАННЯ Стратегія підприємництва

I рівень

З точки зору стратегічного управління підприємство розглядається як замкнута система:

- так
- іноді
- зазвичай
- +ні

Виробнича стратегія сучасного підприємства спрямована конкретно на:

- споживача
- +виробничий процес, точніше його здійснення з максимальною ефективністю
- конкретний продукт
- реалізацію виробничих завдань підприємства

Управлінська цінність формулювання місії полягає у:

- +визначенні довгострокової орієнтації підприємства й основних рішень щодо погоджених дій щодо реалізації «бачення» його розвитку
- визначенні конкретного результату
- визначенні реальних потреб потенційних споживачів
- намірах керівництва підприємства досягти високої прибутковості за короткий період часу

Під терміном «виробнича стратегія» слід розуміти:

- +діяльність щодо розробки й управління процесом створення необхідних для споживачів продуктів і послуг
- план діяльності підприємства щодо розробки й подальшого використання новацій або інновацій
- план діяльності підприємства щодо дослідження ринку й тенденцій його розвитку
- план захоплення нових ринків

Що є основою для розробки дієвих функціональних стратегій?

- хороша команда управлінців
- потужний потенціал підприємства
- +ретельний аналіз зовнішнього і внутрішнього середовища
- наявність збалансованих планів розвитку підприємства

Конкурентна стратегія передбачає:

- +виконання планів керівництва стосовно конкурентної боротьби і пропозиції додаткових цінностей для покупців

відслідковування тенденцій розвитку галузі
 вивчення стратегії конкурентів на заданому сегменті ринку
 формування потенціалу підприємства

Стратегічне мислення – це:
 мислення усіх роботодавців
 мислення про річні програми розвитку
 мислення, властиве всім керівникам підприємства
 +мислення, що орієнтоване на визначення цілей підприємства і способів їх досягнення

Під місією підприємства, фірми, компанії слід розуміти:
 чітко визначений ринковий результат
 план загальних дій задля досягнення визначеного ринкового результату
 систему ретельно відібраних першочергових завдань
 +основу, загальну мету організації, чітко виражену причину її існування, її призначення

Хто безпосередньо відповідає за розробку операційної стратегії?
 корпоративний керівник
 рада директорів
 +керівники середньої і нижчої ланки управління підприємством
 керівники функціонального рівня управління підприємством

Що не відноситься до характеристики конкурентних переваг високого порядку:
 +дешева робоча сила
 унікальна технологія
 стійка конкурентоспроможність
 високий імідж підприємства

Ідентифікувати і оцінити міру впливу, а також визначити силу взаємодії різноманітних факторів зовнішнього оточення і внутрішнього середовища фірми з метою встановлення стратегічної позиції фірми і вироблення напрямку її стратегії дозволяє метод:
 SPACE-аналізу
 +SWOT-аналізу
 Бостонської Консалтингової Групи
 Мак-Кінсі

Метою процесу формування конкретної стратегії є:
 +вибір стратегічної альтернативи, яка забезпечить підвищення ефективності діяльності підприємства в довгостроковій перспективі
 підвищення ефективності діяльності підприємства
 підвищення ефективності діяльності підприємства в довгостроковій перспективі
 підвищення ефективності конкурентоспроможності бізнес-одиниці

Які товари формують ресурси для інвестування в нові проекти для зростання підприємства:
 товар – «собака»
 +товар – «дійна корова»
 товар – «проблемне дитя»
 товар – «зірка»

Чи може «стратегічний набір» бути так званим адаптером підприємства до ринкового середовища?

+так

ні

так, тільки для підприємств приватної форми власності

так, тільки для малих і середніх підприємств

Чи відображає «стратегічний набір» підприємства його найбільш вагомими характеристиками й особливостями?

+так

ні

частково

«стратегічний набір» визначає тільки найбільш вагомий стратегію

Чи існують для підприємств стандартні «стратегічні набори»?

так

+ні

так, тільки для малих і середніх підприємств

так, тільки для великих підприємств

Визначте основу, згідно з якою формується «стратегічний набір» підприємства:

+потенціал підприємства та його конкурентоспроможність

фінансові ресурси підприємства

інтелектуальний потенціал підприємства

частка ринку підприємства

Які існують загальні стратегії підприємства?

зростання й підтримки

зростання, підтримки й реструктуризації

зростання, підтримки, реструктуризації і скорочення діяльності

+зростання, підтримки, реструктуризації, скорочення діяльності, ліквідації

У загальному розумінні стратегія диверсифікації передбачає:

створення або захоплення нового сегменту ринку

нарощування виробничого потенціалу

+план проникнення в нові сфери діяльності

план поступового досягнення стратегічної мети

Матриця SWOT- аналізу слугує для:

визначення фінансового внеску окремого виду бізнесу підприємства у його корпоративний портфель

оцінки, формування та оптимізації портфеля продукції

визначення напрямків інвестиційних потоків на підприємстві

+визначення загальних стратегій поведінки підприємства

Головною метою реструктуризації є:

захоплення нового сегмента ринку

покращення умов праці персоналу

+перетворення підприємства на прибуткову організацію

скорочення частки ринку

Стратегія ліквідації реалізується шляхом:
 санації і виконання процедури банкрутства
 тільки виконання процедури банкрутства
 виконання процедури банкрутства і закриття підприємства
 + санації, виконання процедури банкрутства і закриття підприємства

Метою конкурентних стратегій підприємства є:
 утримання підприємства «на плаву»
 утримання частки ринку
 + швидке досягнення конкурентних переваг на ринку і зацікавлення широкого кола потенційних споживачів
 досягнення значної прибутковості протягом короткого періоду часу

Функціональна стратегія – це:
 план діяльності підприємства щодо розробки й подальшого використання новацій або інновацій
 + стратегія, яка визначає стратегічну орієнтацію певної функціональної підсистеми управління виробництвом
 план діяльності підприємства щодо дослідження ринку й тенденцій його розвитку
 план діяльності підприємства щодо реалізації рішень керівництва стосовно збільшення обсягів виробництва

Які існують функціональні стратегії підприємства?
 маркетингова, НДПКР
 виробнича, фінансова, кадрова
 виробнича, фінансова, кадрова, логістична, до якої відноситься й матеріально-технічне забезпечення
 + маркетингова, НДПКР, виробнича, фінансова, кадрова, логістична

Яка з функціональних стратегій є провідною і такою, що забезпечує ринкову спрямованість, для сучасного підприємства?
 логістична
 + маркетингова
 кадрова
 загального управління

В основі сучасних стратегій управління персоналом лежить:
 + формування керуючої і керівної підсистем підприємства
 формування команди управлінців
 формування команди виконавців
 завдання збільшення частки ринку

Зовнішнє середовище підприємства це:
 все, що знаходиться за межами підприємства
 фактори, які прямо не впливають на підприємство, а створюють навколо певну атмосферу
 фактори, що безпосередньо діють на підприємство
 + всі умови і фактори, що знаходяться за межами підприємства і прямо чи опосередковано діють на нього

Кількість виділених стратегічних зон господарювання підприємства безпосередньо залежить від:

- +ширини диверсифікації фірми
- обсягів виробництва
- сильних сторін фірми
- загроз зовнішнього оточення

Сегментація – це:

- +виділення стратегічних зон господарювання, на яких діє підприємство
- поділ підприємства на функціональні підрозділи
- визначення конкурентів підприємства
- стратегічне позиціонування підприємства в зовнішньому оточенні

Конкурентна перевага означає:

- обов'язково значні розміри підприємства
- тривалий період перебування на певному ринку
- +доходи, вищі за середньогалузеві, забезпечені високим потенціалом і компетенцією в галузі
- обов'язково значні розміри підприємства та тривалий період перебування на певному ринку

Які фактори відносяться до зовнішнього оточення підприємства:

- фінанси підприємства
- технологія виробництва
- +покупці
- продукція

Предметом зовнішнього аналізу є:

- нова продукція підприємства
- +становище підприємства в галузі
- конкурентна сила підприємства
- витрати

Бізнес-стратегія – це:

- +план управління окремою сферою бізнес-діяльності фірми
- план управління синергетичним ефектом від поєднання різних видів бізнесу підприємства
- засіб оптимізації портфеля продукції підприємства
- сукупність функціональних стратегій бізнес-одиниці

Стратегічна бізнес-одиниця бізнесу підприємства – це:

- підрозділ підприємства
- певний сегмент ринку на якому діє підрозділ підприємства
- +підрозділ підприємства, який має власні можливості майбутнього розвитку
- головні підрозділи підприємства

Чи носить конкурентна стратегія підприємства універсальний характер, тобто чи може бути спільною для всіх його підрозділів:

- так
- ні
- +так, в однобізнесових підприємствах
- так, в мультибізнесових підприємствах

Стратегію стабілізації обирають підприємства:
 бізнес яких перебуває на початковій стадії життєвого циклу
 +лідери у бізнесі
 претенденти на лідерство
 послідовники

Стратегічні аспекти діяльності підприємства розкриваються його:
 стратегічним планом;
 стратегічним управлінням;
 + «стратегічним набором»;
 стратегічним контекстом

Формулювання місії – це:
 завершаюча стадія розробки стратегії
 +перша стадія розробки стратегії
 процес, який не входить у розробку стратегії
 друга стадія розробки стратегії

Які методи аналізу спрямовані на те, щоб допомогти обрати підприємству види діяльності для забезпечення конкурентоспроможності і досягнення економічного успіху:
 диференційовані
 комплексні
 +матричні
 формальні математичні

Операційна стратегія визначає:
 загальний напрям розвитку підприємства
 +як забезпечити виконання стратегічно важливих оперативних завдань
 як забезпечити виконання стратегічних планів
 як оновити стратегічні ініціативи підприємства

Яка мета розробки ділової стратегії?
 +досягнення найкращих показників роботи в одній конкретній сфері бізнесу
 покращення умов праці основних виконавців із подальшим підвищенням продуктивності праці
 доповнення загального набору стратегій підприємства
 покращення співробітництва між партнерами

Стратегія виживання передбачає:
 вирівнювання обсягів продажу, прибутку та інших важливих показників
 стабілізація обсягів продажу, прибутку, капіталу
 +здійснення системи заходів, що забезпечують вихід підприємства з кризового стану в максимально короткий термін
 всі відповіді вірні

Стратегія стабілізації передбачає:
 +стабілізація обсягів продажу, прибутку, капіталу
 вирівнювання обсягів продажу, прибутку та інших важливих показників
 здійснення системи заходів, що забезпечують вихід підприємства з кризового стану в максимально короткий термін

визначення основних довгострокових цілей та задач підприємства, прийняття курсу дій і розділу ресурсів необхідних для виконання поставлених цілей

За можливістю кількісного визначення цілі виділяють:

- +кількісні;
- якісні;
- формалізовані;
- економічні.

«Дерево цілей» – це:

- комплекс напрямків діяльності
- процес підготовки й прийняття рішень
- метод розкриття структури системи
- +графічне зображення підпорядкованості взаємозв'язку цілей

Основний метод побудови «дерева цілей»:

- +декомпозиція
- динамічний
- статистичний
- математичний

SPACE аналіз не включає таких системних критеріїв, як:

- «фінансову силу»
- привабливість бізнес напрямку
- +організаційна структура
- зовнішні умови бізнесу

Карта стратегічних груп конкурентів – це...

- +графічне зображення стратегічних груп
- суб'єктивна категорія
- об'єктивна категорія
- всі відповіді неправильні

Перевірка цілей на позитивність передбачає:

- +виявлення негативних наслідків досягнення цілей
- оцінка пріоритетності цілей
- визначення часового горизонту цілей
- конкретизацію цілей

Заключний етап алгоритму формування місії підприємства - це:

- визначення пріоритетів цілей
- перевірка цілей на позитивність
- оцінка забезпечуючих умов
- +створення внутрішнього зворотного зв'язку

Що не входить до основних стадій стратегії реструктуризації:

- обґрунтування необхідності реструктуризації
- розробка шляхів реструктуризації
- +розвиток стратегічних переваг
- зростання

Коли підприємство обирає стратегію скорочення (згорання діяльності):
 +при існуванні непривабливості перспектив розвитку галузі
 в результаті проникнення підприємства на інші ринки
 при визначенні та ліквідації «вузьких місць»
 при зростанні через придбання

Яку з вказаних нижче стратегій не передбачає сильна конкурентна позиція підприємства і швидке зростання ринку?
 стратегія концентрації
 вертикальна інтеграція
 +стратегія скорочення
 диверсифікація в суміжні галузі

До факторів зовнішнього середовища не відносять...
 економічні
 +конкурентні
 соціальні
 технологічні

Модель М.Портера галузевої конкуренції не включає:
 конкурентів;
 товари замітники;
 +споживачів;
 постачальників.

Стратегія розвитку продукту відноситься до:
 +стратегії концентрованого зростання
 стратегії інтегрованого зростання
 стратегії диверсифікованого зростання
 стратегії реструктуризації

За допомогою якої матриці обирається та чи інша стратегія підприємства ?
 матриця стратегічних ресурсів
 +матриця Томпсона і Стрікланда
 матриця інтегральних показників
 матриця Парето

Що, серед наведеного переліку, не є принципом стратегічного планування?
 +фінансова стабільність
 наукова та методична обґрунтованість
 комплексність і збалансованість
 кількісна та якісна визначеність

Цілеспрямованість виробничого потенціалу це...
 +системна характеристика
 структурна характеристика
 якісна характеристика
 кількісна характеристика

До структурних характеристик виробничого потенціалу можна віднести:

- +альтернативність ВПП
- відкритість ВПП
- гнучкість ВПП
- усталеність ВПП

Ресурсний підхід оцінювання виробничого потенціалу за своєю суттю...

- +обліково-звітний
- проблемно-орієнтований
- функціональний
- структурний

Проблемно-орієнтований підхід спрямований на визначення...

- +відповідності наявного потенціалу поставленим цілям
- потенціалу як сукупності ресурсів
- раціональності використання ресурсів
- структурних характеристик виробничого потенціалу

Економічне середовище не включає:

- +життєвий цикл продукції
- міжнародні інвестиції
- систему податкових пільг
- рівень зайнятості

Стабілізація (насичення) це ... період „життєвого циклу” підприємства

- другий
- +третій
- четвертий
- перший

Глобалізація діяльності належить до ...

- +стратегії зростання
- стратегії скорочення
- стратегії підтримки
- стратегії відсікання зайвого

Виробничі характеристики: «виготовлене саме для тебе» належать ...

- стратегії лідирування
- стратегії диференціації
- стратегії переслідування
- +стратегії фокусування

Стратегія зниження витрат на відрядження, на пошук ділових партнерів, на підписання угод носить назву:

- стратегія зниження виробничих витрат
- стратегія стимулювання персоналу
- товарна стратегія підприємства
- +стратегія зниження трансакційних витрат

Неспоріднена або конгломератна диверсифікація не здійснюється як правило таким шляхом:
 +злиття або купівля
 створення нового підприємства
 створення нового напрямку діяльності
 створення спільного підприємства

Вивчення рівня ризикованості підприємництва в основній сфері діяльності підприємства відноситься до:

+аналізу економічного середовища
 аналізу правового середовища
 аналізу політичного середовища
 аналізу соціального середовища

Що не відноситься до аналізу суб'єктів ближнього оточення підприємства:

аналіз споживачів
 аналіз постачальників
 аналіз конкурентів
 +аналіз персоналу

Метод SWOT- аналізу досліджує:

зовнішнє і внутрішнє середовище функціонування підприємства
 можливості і загрози для підприємства
 сильні і слабкі сторони підприємства
 все вищевказане

Якщо підприємство розвивається слабкими темпами, є збитковим або з низьким рівнем рентабельності, то в першу чергу слід застосовувати:

стратегію зростання
 +стратегію реструктуризації
 стратегію стабілізації
 стратегію ліквідації

Система управління якістю виробництва належить до ...

маркетингової стратегії
 стратегії НДПКР
 +виробничої стратегії
 стратегії управління персоналом

На якій стадії життєвого циклу підприємства основною метою стає збереження досягнутих позицій?

юність
 старіння
 +зрілість
 відродження

Що означають літери SWOT, в перекладі на українську:

+сила, слабкість, можливості, загрози
 боротьба, поразка, можливості, загрози
 сила, слабкість, ймовірність, загрози

жодна відповідь не вірна

Збільшення підприємства через проникнення на нові ринки і їх захоплення визначає:

стратегія стабілізації
 стратегія скорочення
 +стратегія зростання
 стратегія оптимуму

Зосередження на існуючих напрямках бізнесу та їх підтримку визначає:

стратегія оптимуму
 +стратегія стабілізації
 стратегія скорочення
 стратегія зростання

Стратегічна зона господарювання – це:

виробничий процес
 окремий сегмент ринку
 конкурентна перевага
 +центр ділової активності

До можливостей підприємства відносять:

високу зношеність основних виробничих фондів
 +нарощування основного і оборотного капіталу
 технологічне відставання
 готовність керівництва до ризику

До загроз підприємства відносять:

персонал з досвідом роботи
 створення дилерської мережі
 непорозуміння членів колективу
 +невдалу інвестиційну політику

Стабільне фінансове становище відноситься до:

слабких сторін діяльності підприємства
 +сильних сторін діяльності підприємства
 можливостей підприємства
 загроз підприємства.

Місія підприємства:

головна мета підприємства тобто чітко окреслена причина його існування
 головна ціль створення підприємства
 філософія і призначення, зміст існування організації
 +всі відповіді вірні

Інформацію про учасників ринку відображає:

торгова інформація
 фінансова інформація
 економічна інформація
 +маркетингова інформація

За рівнем ієрархії цілі не бувають:

цілі підприємства
цілі підрозділів
+цілі корпусів
цілі виконавців

До факторів, що впливають на розробку і цілі формулювання місії не відносяться:

власники підприємства
співробітники підприємства
споживачі продукту підприємства
+держава

Фінансова стратегія стосується:

+рішень вибору доцільності структури капіталу для підприємства (вибору оптимального співвідношення власного і залученого, основного і оборотного капіталу)
виробничих витрат
цінової політики
мотивації працівників

Що не включає в себе маркетингова стратегія:

канали розподілу товару
канали розподілу ресурсів під товари
товарну і цінову політику;
+заходи з забезпечення конкурентної і корпоративної стратегії.

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

реагуючою
захисною
імітаційною
+всі відповіді правильні

Що не входить до складу стратегії управління персоналом

добір і розстановка кадрів
підготовка і перепідготовка персоналу
+фінансування підготовки персоналу
робота з резервом

Захисна стратегія НДНКР означає:

+розробку таких технологічних рішень, які забезпечать збереження досягнутих позицій на ринку
розробку нових рішень для стратегії зростання
конструювання товару, який зможе проникнути на нові ринки
відповідь на „технологічний прорив» конкурентів

Кого називають пасивними прихильниками стратегічних змін?

особи, які здійснюють прихований опір змінам
+особи, які приховано, але сприймають зміни
особи, які відкрито не сприймають зміни
особи, які відкрито сприймають зміни

Стратегічно орієнтоване підприємство – це підприємство:

- +де стратегічне мислення є основою
- яке у державній власності
- яке у приватній власності
- де ефективна система постачання

Стратегічне бачення — це:

- основа світогляду, переконання керівника чи власника підприємства
- обрис фізичної границі (меж) інфраструктури підприємства
- +перспективний погляд на напрями розвитку діяльності організації, базова концепція того, що організація намагається зробити і чого досягти
- першочергові завдання підприємства

Під поняттям «кредо» розуміють:

- політичну спрямованість діяльності керівника
- загальні вимоги до формалізації мети підприємства
- бажаний ринковий результат діяльності підприємства за певний період часу
- +символ віри, основу світогляду, переконання керівника чи власника підприємства

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

частково;

+цілком вірне

цього робити не варто

щоб так стверджувати, необхідно створити сприятливі умови функціонування й розвитку підприємства

Конкурентна стратегія диференціації товару означає:

- +розширення асортименту товару і підвищення його якості
- розширення ринків
- зростання прибутковості
- зростання обсягів виробництва

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

- прямої вертикальної інтеграції
- +зворотньої вертикальної інтеграції
- горизонтальної інтеграції
- діагональної інтеграції

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

- +прямої вертикальної інтеграції
- зворотньої вертикальної інтеграції
- горизонтальної інтеграції
- діагональної інтеграції

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

франчайзинг;
+цільову пролонгацію
групування;
консолідацію

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

+франчайзинг
цільову пролонгацію
групування
консолідацію

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

посиленні зв'язку між різними напрямками діяльності й окремими бізнес-єдиницями
визначенні сфери діяльності (в яких галузях буде «працювати» підприємство)
+ранжируванні доцільності інвестування у різні сфери діяльності
визначенні, в якій якості підприємство буде «працювати» у визначеній галузі

Стратегія ліквідації реалізується шляхом:

санації і виконання процедури банкрутства
тільки виконання процедури банкрутства
виконання процедури банкрутства і закриття підприємства
+санації, виконання процедури банкрутства і закриття підприємства

Стратегія скорочення діяльності включає:

скорочення частки ринку
«організований відступ»
«збір врожаю»
+усі відповіді вірні

Корпоративна стратегія — це:

+загальний план управління диверсифікованим підприємством (компанією), який поширюється на всі його підрозділи, охоплюючи всі напрями діяльності
загальний план управління основними відділами й службами підприємства (компанії)
загальний план досягнення фінансових цілей підприємства
загальний план формування бренду підприємства

II рівень

На концепції фірми як сукупності різноманітних стратегічних областей бізнесу чи стратегічних зон господарювання ґрунтується стратегія:

поліцентрична
адаптації
+корпоративна
інтернаціоналізації

Корпоративна стратегія підприємства – це:

- + стратегія для підприємства і сфер його діяльності в цілому
- стратегія для кожної окремої сфери діяльності
- вужча стратегія (наприклад, відділів усередині функціональних служб або всередині функціональних напрямів)
- стратегія для кожного функціонального напрямку визначеної сфери діяльності

До основних елементів забезпечення реалізації стратегії НДПКР відносяться:

- + виробничий, кадровий та інформаційний ресурс підприємства
- технологія, матеріали
- виробничі потужності, виробнича площа й розвинута інфраструктура підприємства
- фінансові й виробничі можливості

Спрямованість стратегії НДПКР задають:

- + маркетингова стратегія
- потенціал підприємства
- цінова політика підприємства на певному сегменті ринку
- дії керівництва

Загальні конкурентні стратегії (за М. Портером) існують у вигляді:

- стратегій позиціонування і лідерства
- + стратегій лідерства у зниженні витрат, диференціації і фокусування, стратегій диференціації і фокусування
- ресурсозабезпечуючих стратегій

Стратегічний аспект діяльності (функціонування) підприємства, насамперед і в основному, пов'язаний із:

- + внутрішніми факторами
- раціональними факторами
- ірраціональними факторами
- зовнішніми факторами

Питання забезпечення конкурентної переваги підприємства в обраних сферах бізнесу є найважливішим аспектом у:

- стратегічній реакції підприємства
- стратегічному управлінні
- стратегічному баченні підприємства
- + стратегічному контексті підприємства

Ділова стратегія представляє собою:

- розподіл повноважень між ланками (щаблями) управління
- направлення отриманого прибутку на подальший розвиток підприємства
- + досягнення поставлених цілей шляхом координації та розподілу ресурсів компанії
- діяльність окремих підрозділів, функціональних служб підприємства

Стратегічне бачення пов'язане:

- + з окресленням напрямів розвитку підприємства
- з розумінням реальної дійсності існування підприємства
- з окресленням практичних поточних дій щодо функціонування підприємства
- з визначенням поточних прибуткових сфер діяльності підприємства

Матриця Мак-Кінсі дозволяє:

провести виділення стратегічних зон господарювання підприємства

встановити напрямки потоків ресурсів підприємства

+розрахувати конкурентний статус підприємства в бізнесі та його (бізнесу) стратегічну привабливість

оцінити портфель продукції підприємства

Диверсифікація концентрична – це процес:

+створення нових видів продукції, яка має схожі характеристики з продукцією, яка вже виробляється

освоєння виробництва нових видів продукції, які раніше підприємством не випускалися

захоплення нового сегмента ринку

оновлення виробничої бази підприємства

Стратегічні цілі:

+спрямовані на зміцнення конкурентних позицій підприємства на ринку

передбачають підвищення значень таких показників діяльності підприємства, як обсяг прибутку й віддача від інвестицій

передбачають підвищення значень таких показників діяльності підприємства, як залучення готівки і збільшення обсягів позик

передбачають підвищення значень таких показників діяльності підприємства, як обсяг прибутку, віддача від інвестицій, залучення готівки, збільшення обсягів позик і дивідендів

Операційна стратегія підприємства – це:

стратегія для підприємства і сфер його діяльності в цілому

стратегія для кожної окремої сфери діяльності

+вужча стратегія (наприклад, відділів усередині функціональних служб або всередині функціональних напрямів)

стратегія для кожного функціонального напрямку визначеної сфери діяльності

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

Ділова стратегія передбачає переважно дії, підходи, зусилля, спрямовані лише на:

організацію системи управління підприємством

виробництво якісної продукції

розширення кола потенційних споживачів

+забезпечення успішної діяльності в одній специфічній сфері бізнесу

Диверсифікація конгломератна – це процес:

створення нових видів продукції, яка має схожі характеристики з продукцією, яка вже виробляється

+освоєння виробництва нових видів продукції, які раніше підприємством не випускалися

захоплення нового сегмента ринку

оновлення виробничої бази підприємства

Інтеграція вертикальна – це:

- +стратегія інтеграції підприємства з іншими організаційними формуваннями
- стратегія інтеграції з партнерами, яка полягає у виборі системи рішень стосовно необхідності встановлення зв'язків
- об'єднання всіх функціональних відділів і служб підприємства єдиною метою
- план дій щодо поступового розширення частки ринку

Специфіка бізнес-стратегії полягає в:

- підпорядкованості функціональним стратегіям
- акцентуванні уваги на питаннях забезпечення конкурентоспроможності бізнесу
- акцентуванні уваги на забезпеченні синергетичного ефекту від поєднання різних видів бізнесу підприємства
- +особливому підході до її формування порівняно з формуванням загальної стратегії підприємства

Яка із стратегій орієнтована на вузький сегмент покупців, де підприємство випереджає своїх конкурентів за рахунок нижчих витрат?

- сфокусована стратегія диференціації
- +сфокусована стратегія низьких витрат
- стратегія лідерства у витратах
- стратегія широкої диференціації

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

- +сфокусована стратегія диференціації
- сфокусована стратегія низьких витрат
- стратегія лідерства у витратах
- стратегія широкої диференціації

Суть експансії на ринку готової продукції полягає у:

- +створенні або захопленні нового сегменту ринку, розвитку ринку або виробничого потенціалу
- модернізації продукції для конкретного сегменту ринку
- досягненні конкурентами компромісу
- створенні стратегічних союзів

В основі коригування “стратегічного набору” лежить:

- +системно-ситуаційний аналіз внутрішнього, проміжного й зовнішнього середовища
- ситуаційний аналіз проблем підприємства
- SWOT- аналіз
- використання матриці Бостонської консалтингової компанії

У чому полягає відмінність між корпоративною і діловою стратегією?

- у тому, що ці стратегії розробляють керівники різних рівнів управління підприємством
- +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
- ця відмінність умовна
- відмінності не існує

Що може посилити ділову стратегію?

формування портфеля замовлень
 хороша підготовка керівного складу підприємства
 +стратегічна єдність та інтеграція дій різних напрямів, різних підрозділів
 розробка стратегічного плану розвитку підприємства в конкретному сегменті ринку

Яка основна роль функціональної стратегії?
 вибір напрямку розвитку підприємства
 визначення сфери діяльності (в яких галузях буде “працювати” підприємство)
 розробка стратегічного плану розвитку підприємства в конкретному сегменті ринку
 +підтримка загально-ділової стратегії і конкурентоздатності підприємства

За своєю суттю і змістом функціональна стратегія відноситься до:
 загального плану управління підприємством
 операційного рівня управління підприємством
 +конкретного плану управління поточною та основною діяльністю підрозділу
 стратегічних ініціатив підприємства

Стратегія глобалізації — це:
 процес захоплення нового сегмента ринку
 процес освоєння виробництва нових видів продукції, які раніше підприємством не випускалися
 +вихід підприємства на так звані загальні ринки, тобто ринки інших регіонів, держав
 розділ, розподіл цілого на частки з якісно відмінними характеристиками

Стратегія диференціації в загальному значенні — це:
 процес захоплення нового сегмента ринку
 процес освоєння виробництва нових видів продукції, які раніше підприємством не випускалися
 налагодження партнерських відносин із підприємствами галузі
 +розділ, розподіл цілого на частки з якісно відмінними характеристиками

Стратегії підтримки підприємств, які працюють у ринкових умовах, як правило, ґрунтуються на:
 стратегіях диференціації
 +захисті частки ринку, підтримці потенціалу підприємства, модифікації продукції
 стратегіях зростання й диверсифікації
 нарощуванні потенціалу підприємства

Стратегія реструктуризації спрямована на:
 +адаптацію підприємства як суб’єкта підприємницької діяльності до ринкових умов
 покращення умов праці персоналу організації
 накопичення і створення фінансового ресурсу
 захист своєї частки ринку

Стратегічна зона господарювання – це:
 +сегмент середовища на якому підприємство здійснює або має намір здійснювати свою діяльність
 стратегічний контекст підприємства
 зона прийняття стратегічних рішень
 сегмент ринку, де приймаються виключно стратегічні рішення

Стратегічне бачення – це:

основа світогляду, переконання керівника чи власника підприємства
 абрис фізичної границі (меж) інфраструктури підприємства
 +перспективний погляд на напрями розвитку діяльності організації, базова концепція того, що організація намагається зробити і чого досягти
 першочергові завдання підприємства

Стратегію скорочення в контексті певного бізнесу підприємства застосовують для:

+реструктуризації бізнесу після тривалого періоду зростання
 диверсифікації в бізнесі з метою підвищення його ефективності
 інтеграції в бізнесі з метою підвищення його ефективності
 реструктуризації бізнесу в період його зростання

Реструктуризації підприємства передують:

оцінка кон'юнктури ринку
 оцінка макроекономічної ситуації у країні
 +оцінка внутрішнього стану підприємства
 оцінка стратегії підприємства

Матриця BCG складається з:

20 квадратів
 16 квадратів
 9 квадратів;
 +4 квадратів

Матриця McKinsey складається з:

20 квадратів
 16 квадратів
 +9 квадратів
 4 квадратів

Матриця ADL складається з:

+20 квадратів
 16 квадратів
 9 квадратів
 4 квадратів

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

+стадія ЖЦП
 привабливість галузі
 динаміка зростання ринку
 рентабельність бізнесу підприємства

Розробка або вибір конкретної стратегії означає, що:

назріла кризова ситуація і її терміново потрібно вирішувати
 керівництво підприємства вирішило оновити свою продукцію
 підприємство виходить на глобальний ринок
 +з усіх можливих шляхів розвитку і способів дії, що відкриваються перед організацією, вирішено вибрати один напрям, у якому вона й буде розвиватися

Декомпонування корпоративної стратегії – це:

комбінування стратегій підприємства на корпоративному рівні;

оптимізація стратегічного набору підприємства;

+розбивка цілісного комплексу стратегії підприємства на складові у вигляді скалярних ланцюгів обраних стратегічних альтернатив основних і забезпечуючих стратегій;

деталізація всіх ключових підсистем «стратегічного набору» підприємства шляхом побудови дерева структури та стратегічних альтернатив.

Функціональна стратегія диверсифікованого підприємства, фірми, компанії — це стратегія:

+для кожного функціонального напрямку конкретної сфери діяльності підприємства

для підприємства в цілому

для окремої сфери діяльності підприємства

позиціонування на ринку

Фінансова стратегія стосується:

+рішень вибору доцільності структури капіталу для підприємства (вибору оптимального співвідношення власного і залученого, основного і оборотного капіталу)

виробничих витрат

цінової політики

мотивації працівників

Що не включає в себе маркетингова стратегія:

канали розподілу товару

канали розподілу ресурсів під товари

товарну і цінову політику

+заходи з забезпечення конкурентної і корпоративної стратегії

Стратегія розвороту застосовується:

коли відмовляються від підрозділів, які працюють неефективно

коли підприємство досягло критичної точки

+коли підприємство ще не досягло критичної точки хоча працює неефективно

коли підприємство досягло найвищої точки у розвитку

Що з названого не може бути місією підприємства:

«Людам – дешеве взуття»

«Смакує по-домашньому»

+«Найвищий прибуток – запорука успіху»

«Висока якість – наш девіз»

Стратегічні альтернативи – це:

+можливі варіанти розвитку підприємства чи СОБ в рамках базових корпоративних стратегій

основні напрямки розвитку підприємства

корпоративна, конкурентна, функціональна і операційна стратегії підприємства

всі відповіді неправильні

Корпоративна стратегія стабілізації застосовується у випадку:

перебування товару на стадії зростання

+перебування товару на стадії насичення і домінування на ринку

нерегулярних закупок при виході товару на ринок

всі відповіді неточні

Стратегічний бізнес-центр це:

структурний підрозділ підприємства;

найменша, відносно самостійна виробничо-управлінська одиниця підприємства;

СОБ, якій делеговані права стратегічного планування;

+всі відповіді в комплексі характеризують СБЦ.

«Дерево цілей» - це:

графічне зображення зв'язків підприємства із зовнішнім середовищем

розподіл обов'язків в апараті керування підприємством

+графічне зображення співвідпорядкованості цілей, що демонструє розподіл загальної мети на підцілі, завдання й окремі операції; визначення напрямків діяльності і розподілу ресурсів підприємства

SWOT-аналіз – це:

виявлення вагомості кожного фактора середовища

встановлення зв'язків між важливими можливостями, загрозами, сильним і слабкими сторонами

порівняння можливостей і сильних сторін зі слабкими сторонами і загрозами

+всі формулювання в цілому дають правильну відповідь

На кожному з квадрантів SWOT-матриці записують:

перелік сильних і слабких сторін та можливостей і загроз

їх парні комбінації

+можливі стратегії підприємства

всі відповіді неправильні

Наступальна стратегія НДПКР означає:

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

+розробку нових рішень для стратегії зростання

конструювання товару, який зможе проникнути на нові ринки

відповідь на «технологічний прорив» конкурентів

Конгломератна диверсифікація – це:

+об'єднання підприємств багатьох галузей не поєднаних технологією

об'єднання підприємств багатьох галузей поєднаних технологією

диверсифікація пов'язана з потребами споживачів

диверсифікація пов'язана з технологією

Можливі стратегії для «знаків запитань»:

ризикувати

збільшення частки ринку і перетворення на «зірки»

для окремих «збирання врожаю» і деінвестування

+всі відповіді правильні

Захисна стратегія НДПКР означає:

+розробку таких технологічних рішень, які забезпечать збереження досягнутих позицій на ринку

розробку нових рішень для стратегії зростання

конструювання товару, який зможе проникнути на нові ринки
 відповідь на «технологічний прорив» конкурентів

Що не відноситься до альтернатив стратегії скорочення:

- +стратегія поглинання
- стратегія розвороту
- стратегія ліквідації
- стратегія відокремлення

Диверсифікація діяльності підприємства полягає в:

- збільшенні масштабів виробництва
- +урізноманітненні бізнесу підприємства
- реорганізації бізнесу підприємства
- присланні підприємства до іншого, більш ефективного конкурента

Яку стратегію слід прийняти підприємству з середнім і низьким конкурентним становищем, яке знаходиться на непривабливому ринку (згідно матриці «Мак-Кінсі»):

- обмежено інвестувати
- використовувати досягнутий стан
- інвестувати
- +реінвестувати, «збирати врожай» або відмовитись від бізнесу

Диференціація, як конкурентна стратегія означає:

- зміну споживчих якостей товару порівняно з товаром конкурента
- зміну іміджу фірми на тому ж ринку
- звуження асортименту продукції
- +всі три судження характеризують дану стратегію

Що не є способом здійснення корпоративної стратегії зростання:

- злиття
- поглинання
- +фокусування
- створення СП

На якому рівні на «дереві цілей» знаходяться цілі функціональних підрозділів:

- на першому
- на другому
- +на третьому
- на четвертому

На осі «темпи зростання ринку» матриці БКГ розмежування між низькими і високими темпами зростання проходить на відмітці:

- 5
- 15
- +10
- 20

При управлінні «від досягнутого» застосовуються елементи аналізу та контролю:

- тільки внутрішніх факторів
- тільки зовнішніх факторів

+внутрішніх і зовнішніх факторів, які впливають на діяльність підприємства
 правильна відповідь відсутня

Цілі підприємства порівняно з його місією повинні:
 мати конкретні вираження бажаних результатів і строків
 бути кількісно вимірюваними
 направлені на покращання використання ресурсів
 +всі відповіді правильні

Яку стратегію згідно матриці БКГ слід застосувати до «корів», доходи від яких вкрай потрібні для інновацій і видів бізнесу, що розвиваються:

збільшення частки ринку
 «збирання врожаю»
 +збереження частки ринку
 ліквідація бізнесу

В яких сферах не встановлюються цілі підприємства:

+в сфері податків
 в сфері доходів і позиції на ринку
 в сфері менеджменту
 в соціальній сфері

За портфельною матрицею БКГ позиція бізнесу «корова» означає:

піти з ринку
 +утримати або посилити становище
 отримувати максимальну вигоду
 оптимізувати

Реалізацію якої стратегічної цілі забезпечує стратегія вертикальної диверсифікації діяльності підприємства?

створити нові виробництва, які збігаються з профілем підприємства
 освоїти випуск нових непрофільних продуктів, але для традиційних споживачів
 освоїти випуск нових продуктів, які не збігаються з традиційним профілем бізнесу підприємства
 +освоїти нові непрофільні види діяльності, пов'язані з забезпеченням основного бізнесу

Розуміння стратегії як управління ресурсами фірми було характерним:

у другій половині XIX – на початку XX століття
 +починаючи з 1926 р. до початку 60-х рр. XX століття
 у 60 – 70-х рр.
 у 80 – 90-х рр.

У чому звинувачують прихильників синергізму прихильники конгломерації:

+що уніфікація виробництва приводить до втрати гнучкості і зниження конкурентостійкості в застої
 у технологічній обмеженості
 у розбазарюванні ресурсів

Чим викликана необхідність розробки місії підприємства:

потребою формування іміджу у клієнтів

потребою об'єднати і скоординувати дії персоналу наявністю виробничо-комерційної таємниці
 + всі відповіді у сукупності найбільш повно відображають необхідність розробки місії

Яку диверсифікацію вибирають прихильники синергізму:
 конгломератну
 + зв'язану з потребами чи технологіями
 конгломератну інтернаціоналізацію
 всі відповіді неправильні

Яку стратегію слід застосувати до слабких, без майбутнього «корів», таких же «знаків запитання» і «собак» (згідно матриці БКГ):
 збільшення частки ринку
 + «збирання врожаю»
 збереження частки ринку
 ліквідація бізнесу

Портфельну стратегію розробляють:
 + у мультибізнесовому підприємстві
 у однобізнесовому підприємстві
 для кожної стратегічної області бізнесу
 для кожного підрозділу

Слабка сторона підприємства означає:
 + невідповідність внутрішнього середовища конкурентному середовищу
 невідповідність між цілями і станом внутрішнього середовища
 невідповідність конкурентного середовища цілям
 невідповідність внутрішнього середовища можливостям підприємства

Яким переважно фактором підвищення ефективності виробництва є диверсифікація:
 технологічним
 + організаційно-економічним
 науково-технічним
 соціальним

Стратегічна альтернатива «економія витрат» відноситься переважно до базової корпоративної стратегії:
 обмеженого зростання
 стабілізації
 скорочення
 + обмеженого зростання та стабілізації

Що не відноситься до визначення фінансової стратегії:
 + кошти на фінансування операційних виробничих процесів
 оцінка інвестиційних проектів
 розподіл фінансових ресурсів між проектами і контроль за використанням
 прогнозування і коригування фінансових показників стратегічного плану

Можливі стратегії для «зірок»;
 деінвестування

- +збільшення частки ринку і оптимізація
- «збирання врожаю»;
- збереження частки ринку

У випадку, коли підприємство має намір розвиватися в напрямку нових, але все ж таки подібних до традиційних, сфер товарів, ринків або послуг, слід обирати стратегії:

- конгломератної диверсифікації
- горизонтальної диверсифікації
- +концентричної диверсифікації
- вертикальної диверсифікації

Причинами диверсифікації є:

- суттєві зміни на ринках чи в технологіях
- різкі переривчасті зміни середовища підприємства
- різка активізація маркетингової діяльності
- +суттєві зміни на ринках чи в технологіях та різкі переривчасті зміни середовища підприємства

Матриця «продукт-ринок» використовується:

- при розподілі інвестицій між СОБ
- при виборі бізнесу залежно від ризику
- +при формуванні портфеля бізнесів
- всі відповіді правильні

Стратегічно орієнтоване підприємство – це:

- +підприємство, де стратегічне мислення керівників є основою для визначення орієнтирів діяльності
- мінімальна господарська одиниця, для якої може бути розроблено самостійну стратегію підприємства, яке обслуговує ринки
- всі відповіді правильні

До диверсифікації вдаються тоді, коли:

- підприємство не досягає цілей в рамках наявного бізнес-портфеля
- можливості підприємства перевищують його цілі
- цілі не співставляються з можливостями, рішення приймаються спонтанно, виходячи з амбіцій власників
- +всі відповіді правильні

В яких випадках використовують матричні методи стратегічного аналізу:

- встановлення належних асортиментних пропорцій в межах фірми
- +діагностика становища підприємства на ринку по відношенню до його конкурентів
- визначення необхідності входження фірми в нові сфери діяльності
- при визначенні способів забезпечення конкурентної переваги підприємства в бізнесі

Історично термін «стратегія» був запозичений із:

- політичного лексикону
- права
- +військового лексикону
- лексикону державних службовців

Стратегічне бачення:

готує підприємство до майбутнього та визначає наміри зайняти конкретні ділові позиції
 +встановлює довгострокові напрями розвитку підприємства, визначає наміри підприємства зайняти конкретні ділові позиції на ринку чи його конкретних сегментах, готує підприємство до майбутнього
 допомагає здійснити аналіз зовнішнього середовища
 встановлює можливості розвитку підприємства

Мікросередовище впливає на економіку підприємства:

створюючи певну атмосферу

+безпосередньо

опосередковано

через макросередовище

За змістом стратегія підприємства - це:

наказ керівництва

+модель дій, направлена на досягнення цілей підприємства

рішення, прийняті на зборах директорів або акціонерів

інструмент для ведення конкурентної боротьби

Оцінюючи привабливість галузі, керівництву підприємства слід звертати особливу увагу на такі показники:

місткість ринку і темп його зростання, наявність і напруженість конкуренції, бар'єри «входу» й «виходу»

прибутковість галузі, залежність розвитку галузі від впливу соціального, екологічного й інституціонального факторів, капіталомісткість галузі

рівень галузевої технології, розмір галузі

+усі відповіді правильні

До внутрішніх відносяться такі фактори:

+сильні й слабкі сторони підприємства

рівень конкуренції

соціальні, політичні та інші регулюючі норми;

привабливість галузі

Під потенціалом підприємства в стратегічному управлінні розуміється:

можливість підприємства до швидкої самоліквідації

підприємницькі здібності головного менеджера

+сукупність можливостей підприємства з випуску товарів і послуг

обсяг обробленої інформації, її достовірність, своєчасність

Конкурентоспроможність підприємства – це:

здатність підприємства протистояти конкурентам

+ступінь реалізації потенційних можливостей підприємства щодо здобуття й утримання протягом тривалого часу конкурентної переваги

здатність підприємства продавати такий товар, що користується попитом на ринку

спроможність підприємства функціонувати на ринку

Які фактори конкурентоспроможності можуть бути віднесені до факторів внутрішнього середовища?

система оподаткування;
 +гнучкість технології;
 вимоги екологічного законодавства
 ціни на сировину й матеріали

SWOT-аналіз потенціалу підприємства націлений:
 на максимальне задоволення потреб споживачів
 на забезпечення максимальної ефективності використання потенціалу
 на визначення привабливості ринку взагалі та виявлення позиції підприємства на ньому
 +на виявлення сил і слабкостей, загроз і можливостей з метою розвитку сил у відповідності з обмеженими можливостями

III рівень

Прикладом якого типу інтеграції є виробництво напоїв, яке доповнюється виготовленням пляшок, створенням мережі власних кафе?

горизонтальна
 +вертикальна
 конгломератна
 диверсифікована

Завод-виробник сировини чи напівфабрикатів приєднується до компанії, яка веде головне виробництво. Який це вид вертикальної інтеграції?

+інтеграція назад
 інтеграція вперед
 горизонтальна
 діагональна

Відома компанія Fischer, що свого часу спеціалізувалася на бігових лижах, почала виготовляти бігові черевики і лижні палиці. Який тип інтеграції застосувала компанія?

+горизонтальна
 вертикальна
 конгломератна
 диверсифікована

Намагання нафтових компаній створити власну мережу бензоколонок, тобто довести свій бізнес до кінцевого споживача. Прикладом якої інтеграції є дана ситуація?

+вертикальна інтеграція вперед
 вертикальна інтеграція назад
 діагональна інтеграція
 комбінована інтеграція

Прикладом якого типу інтеграції є «Тюменська нафтова компанія», яка має власні потужності з добування, переробки нафти та збуту нафтопродуктів?

+вертикально інтегрована
 горизонтально інтегрована
 диверсифіковано інтегрована
 діагонально інтегрована

Внаслідок об'єднання тютюнової компанії RJ Reynolds і виробника харчових продуктів Nabisco Brands утворилася компанія RJR Nabisco. Який це тип об'єднання?

вертикальна інтеграція
 +конгломератне злиття
 горизонтальна інтеграція
 комбінована інтеграція

Німецький концерн Volkswagen придбав 70% пакету акцій чеського заводу Skoda, що дозволило йому скористатися перевагами динамічного і перспективного східноєвропейського ринку. Який тип інтеграції використав концерн?

+горизонтальна інтеграція Н-типу, тобто конгломератне злиття з розширенням ринку
 горизонтальна інтеграція К-типу
 горизонтальна інтеграція У-типу
 горизонтальна інтеграція Х-типу

В результаті злиття двох автомобільних гігантів “Даймлер-Бенц” і “Крайслера” утворився гігант, що у стані на рівних конкурувати з визнаними лідерами автомобільного бізнесу - “Дженерал Моторз” і “Форд Моторз”. Який тип інтеграції застосований?

+горизонтальна інтеграція
 вертикальна інтеграція
 конгломератна інтеграція
 диверсифікована інтеграція

В результаті злиття двох фармацевтичних гігантів “Киба-Гейджи” і “Сандоз”, утворився гігант, який входить у десятку світових компаній із загальної капіталізації (ринкову вартість акцій), - “Новартіс”. Який тип інтеграції використано?

вертикальна інтеграція
 конгломератне злиття
 +горизонтальна інтеграція
 комбінована інтеграція

Який шлях зростання підприємства використано в прикладі? Французька компанія з виробництва продуктів харчування Danone придбала американського виробника мінеральної води McKesson Water Products?

диверсифіковане
 +горизонтальне
 вертикальне
 конгломератне

Яким шляхом відбулося придбання металургійним підприємством ВАТ «ММК ім. Шевченка» цілого ряду великих об'єктів: аеропорту м. Маріуполь із утворенням авіакомпанії «Авіа», санаторію «Ай-Даниль у Криму й ряду інших?

+конгломератне поглинання
 вертикальна інтеграція
 горизонтальна інтеграція
 комбінована інтеграція

Який тип злиття використала компанія Medco Containment Services Inc., що продає медпрепарати за зниженими цінами, з Merch&Co., провідним виробником ліків?

+вертикальне злиття

комбіноване злиття

диверсифіковане злиття

діагональне злиття

Який тип злиття використовується при придбанні виробником сталі одного зі своїх постачальників, такого як компанія, що видобуває залізо чи вугілля, або придбанні виробником нафти компанії, що використовує його продукцію?

комбіноване злиття

диверсифіковане злиття

діагональне злиття

+вертикальне злиття

Яким типом інтеграції являється охоплення нафтовою компанією всіх стадій виробництва і збуту з одночасним розширенням основного бізнесу (виду діяльності)?

конгломератне поглинання

вертикальна інтеграція

горизонтальна інтеграція

+комбінована інтеграція

Прикладом якого типу об'єднання являється Львівський концерн «Електрон», що складається з головного (на якому збирають телевізори) заводу у Львові і 7 філіалів, які випускають вузли й деталі телевізорів?

+вертикальна інтеграція

конгломератне злиття

горизонтальна інтеграція

комбінована інтеграція

Яким типом інтеграції є виробництво будівельних матеріалів у сільськогосподарських підприємствах, створення підсобних підприємств з виробництва сільськогосподарської продукції у складі промислових підприємств чи об'єднань?

конгломератне поглинання

вертикальна інтеграція

горизонтальна інтеграція

+комбінована інтеграція

Агропромислові комплекси (АПК), до складу яких входять: 1) багатогалузеве сільське господарство, 2) галузі промисловості, що постачають сільське господарство засобами виробництва, 3) галузі, які доводять сільськогосподарську продукцію до споживача (заготівля, переробка, зберігання, транспортування, реалізація) являють собою об'єднання...

горизонтального типу

+вертикального типу

диверсифікованого типу

концентрованого типу

Визначте, який тип маркетингових стратегій залежно від рівня сегментування ринку необхідно застосовувати у нижче наведених ситуаціях - Добування вугілля; Послуги архітекторів; Виготовлення молочної продукції різної жирності:

концентрований маркетинг; індивідуальний маркетинг; диференційований маркетинг
 +недиференційований маркетинг; індивідуальний маркетинг; диференційований маркетинг
 диференційований маркетинг; індивідуальний маркетинг; концентрований маркетинг
 індивідуальний маркетинг; концентрований маркетинг; недиференційований маркетинг

Визначте, який тип маркетингових стратегій залежно від рівня сегментування ринку необхідно застосовувати у нижче наведених ситуаціях - Продаж сортів картоплі, адаптованих до різних кліматичних зон; Виробництво iPhone для мусульман; Виробництво бензину:

концентрований маркетинг; індивідуальний маркетинг; диференційований маркетинг
 недиференційований маркетинг; індивідуальний маркетинг; диференційований маркетинг
 +диференційований маркетинг; концентрований маркетинг; недиференційований маркетинг
 індивідуальний маркетинг; концентрований маркетинг; недиференційований маркетинг

Визначте, який тип маркетингових стратегій залежно від рівня сегментування ринку необхідно застосовувати у нижче наведених ситуаціях - Послуги юристів; Введення вагонів підвищеної комфортності в електропоїздах; Виплавка сталі:

концентрований маркетинг; індивідуальний маркетинг; диференційований маркетинг
 недиференційований маркетинг; індивідуальний маркетинг; диференційований маркетинг
 диференційований маркетинг; концентрований маркетинг; недиференційований маркетинг
 +індивідуальний маркетинг; диференційований маркетинг; недиференційований маркетинг

Визначте, який тип маркетингових стратегій залежно від рівня сегментування ринку необхідно застосовувати у нижче наведених ситуаціях - Неповторні вироби славетних кутюр'є; Виробництво шоколаду з різною начинкою; Пошиття дитячого одягу для дівчаток:

концентрований маркетинг; індивідуальний маркетинг; диференційований маркетинг
 недиференційований маркетинг; індивідуальний маркетинг; диференційований маркетинг
 диференційований маркетинг; концентрований маркетинг; недиференційований маркетинг
 +індивідуальний маркетинг; диференційований маркетинг; концентрований маркетинг

Підприємство «Стіомі». Мікросередовище підприємства характеризується наступними явищами: переважна кількість споживачів товару підприємства – люди з низькими доходами, вони не зважають на незначні особливості виробів, товар у галузі переважно стандартний, серед продавців існує значна цінова конкуренція. Яку базову конкурентну стратегію можна запропонувати підприємству?

+лідирівання за витратами
 диференціація
 оптимальних витрат
 фокусування на диференціації

Підприємство «Оріон». Про мікро- і внутрішнє середовище підприємства відомо наступне: добробут і запити споживачів товару підприємства суттєво зростають, покупці почали звертати увагу на певні функціональні особливості товару і готові платити за це гроші, стандартний дешевий товар реалізується не повністю, якісний склад персоналу підприємства високий, технологія гнучка. Яку базову конкурентну стратегію можна запропонувати підприємству?

лідирівання за витратами
 +диференціація
 оптимальних витрат
 фокусування на диференціації

Підприємство «Фоком». Підприємство займає міцну позицію на ринку, має можливість випускати продукцію дешевшу ніж конкуренти, до того ж добробут споживачів почав зростати і значна їх чисельність вже пред'являє підвищену увагу до функціональних особливостей товару; з другого боку, гнучка технологія і кваліфікація кадрів дають можливість створювати багато модифікацій товару. Яку базову конкурентну стратегію можна запропонувати підприємству?

лідирівання за витратами
диференціація
+оптимальних витрат
фокусування на диференціації

Організація виробляє товар, купуючи комплектуючі, потім переходить до виробництва частини комплектуючих і займається створенням власної збутової мережі. Які типи інтеграції використано?

+стратегію зворотної вертикальної інтеграції, в першому випадку і стратегію прямої вертикальної інтеграції в другому випадку
вертикальну інтеграцію в першому випадку, та горизонтальну інтеграцію Х-типу в другому випадку);
стратегію прямої вертикальної інтеграції в першому випадку та зворотної вертикальної інтеграції в другому випадку;
в обох випадках чисте конгломератне злиття

В СОБ «Ромашка» – переглянуто розстановку персоналу, скорочено його склад на 20%, закрито один із неприбуткових цехів, передано муніципальній владі дитсадок, продано бізнесовим структурам лазню, музичну школу комерціалізували. Які корпоративні стратегії і їх стратегічні альтернативи реалізує підприємство у своєму СОБ?

+стратегія скорочення
комбінована стратегія
стратегія стабілізації
стратегія зростання

В СОБ «Барвінок» – впроваджено нову технологію, п'ять модифікацій товару, переглянуто ОСУ, освоєно дві нові ніші на ринку, збільшено на 20% витрати на нові розробки. Які корпоративні стратегії і їх стратегічні альтернативи реалізує підприємство у своєму СОБ?

стратегія скорочення
+комбінована стратегія
стратегія стабілізації
стратегія зростання

В СОБ «Волошка» – до мінімуму зведено фінансування, замовлено зовнішній аудит на предмет ефективності виробничих витрат. Які корпоративні стратегії і їх стратегічні альтернативи реалізує підприємство у своєму СОБ?

стратегія скорочення
комбінована стратегія
+стратегія стабілізації
стратегія зростання

На м'ясокомбінаті – можливість розширення ринку м'ясопродуктів вичерпана, відносна частка ринку, залишаючись поки що високою, має чітку тенденцію до зниження. В якому квадранті відомої портфельної матриці знаходиться продукція підприємства?

«зірки»
«собаки»
«важкі діти»
+«дійні корови»

На молокопереробному комбінаті – і конкурентоспроможність, і можливість розширення ринку залишаються вкрай низькими. В якому квадранті відомої портфельної матриці знаходиться продукція підприємства?

«зірки»
+«собаки»
«важкі діти»
«дійні корови»

На винзаводі – хоча можливість розширення ринку вин залишається високою, однак це коштуватиме заводу занадто дорого. Відносна ж частка ринку, яку контролює завод, є незначною. В якому квадранті відомої портфельної матриці знаходиться продукція підприємства?

«зірки»
«собаки»
«важкі діти»
+«дійні корови»

На м'ясокомбінаті – можливість розширення ринку м'ясопродуктів вичерпана, відносна частка ринку, залишаючись поки що високою, має чітку тенденцію до зниження. Яку стратегію Ви запропонуєте підприємству?

збільшення частки ринку і оптимізація
збирання врожаю та ліквідація бізнесу
збільшення частки ринку
+збереження частки ринку

На молокопереробному комбінаті – і конкурентоспроможність, і можливість розширення ринку залишаються вкрай низькими. Яку стратегію Ви запропонуєте підприємству?

збільшення частки ринку і оптимізація
+збирання врожаю та ліквідація бізнесу
збільшення частки ринку
збереження частки ринку

На винзаводі – хоча можливість розширення ринку вин залишається високою, однак це коштуватиме заводу занадто дорого. Відносна ж частка ринку, яку контролює завод, є незначною. Яку стратегію Ви запропонуєте підприємству?

збільшення частки ринку і оптимізація
збирання врожаю та ліквідація бізнесу
збільшення частки ринку
+збереження частки ринку

Внаслідок аналізу середовища підприємства встановлено що товари А і Б займають досить вузьку частку ринку. Ринок товару А до того ж уже насичений, а товару Б хоча і розвивається, але для підприємства достатньо незручний, вимагає великих інвестицій, яких

обмаль. Товар В знаходиться на ринку, що бурно розвивається, але його частка на даному ринку ще невисока. Товар Г, навпаки, займає широкий сегмент повністю насиченого ринку. Визначте до яких квадрантів відомої портфельної матриці можна віднести кожен із названих товарів.

+товар А – «собаки», товари Б і В – «знаки питання», товар Г – «дійні корови»

товар А – «знаки питання», товари Б – «знаки питання», товари В – «зірки», товар Г – «дійні корови»

товар А – «собаки», товари Б – «знаки питання», товари В – «зірки», товар Г – «дійні корови»

товар А – «собаки», товари Б – «дійні корови», товари В – «зірки», товар Г – «знаки питання»

Об'єднання Boeing, найбільшого світового виробника в галузі цивільної авіації, і McDonnell Douglas, лідера в галузі оборонно-космічної індустрії США, а також об'єднання двох компаній - гігантів, що працюють у сфері фінансових послуг-всесвітньо відомого інвестиційного банку Morgan Stanley і володіє досить розвинуеною мережею дистрибуторської компанії Dean Whitter Discovery. У результаті утворилася потужна фінансова структура, яка працює одночасно з приватними і великими інституційними клієнтами. Яким шляхом здійснилося об'єднання?

поглинання

злиття з розширенням ринку

+злиття з розширенням продуктової лінії

конгломератне злиття

Визначте, який тип маркетингових стратегій залежно від рівня сегментування ринку використовують описані підприємства. Широковідомий вислів Г. Форда виразно передає відповідний підприємницький підхід: «Будь-який колір, який ви побажаєте, якщо цей колір-чорний» (колір автомобіля). Меблева фабрика: «Ми займаємося тільки елітними меблями»:

диференційований маркетинг; концентрований маркетинг

індивідуальний маркетинг; недиференційований маркетинг

+недиференційований (масовий) маркетинг; концентрований маркетинг

концентрований маркетинг; індивідуальний маркетинг

Інтервал між можливостями, зумовленими наявними тенденціями розвитку підприємства в зовнішньому оточенні, та бажаними орієнтирами – це...

стратегічний набір

стратегічний контекст

+ стратегічна прогалина

стратегічні рішення

Стратегія розвитку ринку полягає у:

збільшенні продажу виробів, випуск яких вже налагоджено на даний момент за рахунок покращення якості продукції, зниження цін, інтенсифікації просування продукції на ринок і більш раціонального та інтенсивного використання інструментів маркетингу

+збільшення продажу продукції підприємства на нових сегментах існуючого ринку

модифікації та вдосконаленні існуючих продуктів

створенні нових продуктів, що виконують аналогічні функції, що і традиційні продукти бізнесу підприємства

Стратегія посилення позицій на ринку полягає у:

+збільшенні продажу виробів, випуск яких вже налагоджено на даний момент за рахунок покращення якості продукції, зниження цін, інтенсифікації просування продукції на ринок і більш раціонального та інтенсивного використання інструментів маркетингу
 збільшення продажу продукції підприємства на нових сегментах існуючого ринку
 збільшенні продажу продукції бізнесу підприємства на нових географічних ринках
 модифікації та вдосконаленні існуючих продуктів

Стратегія розвитку продуктів полягає у:

збільшенні продажу виробів, випуск яких вже налагоджено на даний момент за рахунок покращення якості продукції, зниження цін, інтенсифікації просування продукції на ринок і більш раціонального та інтенсивного використання інструментів маркетингу
 збільшення продажу продукції підприємства на нових сегментах існуючого ринку
 збільшенні продажу продукції бізнесу підприємства на нових географічних ринках
 +модифікації та вдосконаленні існуючих продуктів

Коли можливості збуту обмежені в контексті створення для підприємства стратегічних переваг в конкурентній боротьбі, підприємство конкурує в галузі, яка швидко зростає, й очікується продовження розширення ринків збуту, стабільність виробництва особливо цінна (це пов'язано з тим, що через власну систему збуту легше передбачити потребу ринку) – це типові ситуації для застосування стратегічної альтернативи...

+пряма інтеграція
 зворотна інтеграція
 горизонтальна інтеграція
 захоплення ринку

Коли постачальники підприємства дорогі, незгідливі або слабкі, підприємство конкурує в галузі, яка швидко зростає, й очікується продовження розширення ринків збуту, має потребу в швидких поставках сировини і матеріалів – це типові ситуації для застосування стратегічної альтернативи...

пряма інтеграція
 + зворотна інтеграція
 горизонтальна інтеграція
 захоплення ринку

Коли підприємство може стати монополістом в певному регіоні, збільшення масштабів виробництва забезпечує основні стратегічні переваги, конкуренти допускають помилки з недостатнього досвіду управління або відсутності особливих ресурсів, якими володіє підприємство – це типові ситуації для застосування стратегічної альтернативи...

пряма інтеграція
 зворотна інтеграція
 +горизонтальна інтеграція
 захоплення ринку

Коли існуючі ринки ненасичені продуктом підприємства, норма споживання продукту підприємства у традиційних споживачів може суттєво зрости, а збільшення масштабів виробництва забезпечує основні стратегічні переваги – це типові ситуації для застосування стратегічної альтернативи...

пряма інтеграція
 зворотна інтеграція
 горизонтальна інтеграція

+захоплення ринку

Коли нові профільні продукти можуть пропонуватися на ринку за досить високими конкурентними цінами, традиційні продукти знаходяться на стадії вмирання їх життєвого циклу, а підприємство володіє сильною управлінською командою – це типові ситуації для застосування стратегічної альтернативи...

розвиток ринку

розвиток продукту

+концентрична диверсифікація

конгломератна диверсифікація

Коли дві або більше компаній, що спеціалізуються в різних аспектах бізнесу, об'єднуються, щоб доповнити одна одну і існує потреба швидкого виходу на ринок нової технології – це типові ситуації для застосування стратегічної альтернативи...

горизонтальна диверсифікація

+спільне підприємство

скорочення

відторгнення

Коли ні стратегія скорочення, ні стратегія відторгнення не привели до очікуваних результатів, коли акціонери компанії можуть мінімізувати свої витрати шляхом продажу її активів – це типові ситуації для застосування стратегічної альтернативи...

горизонтальна диверсифікація

спільне підприємство

скорочення

+ліквідація

Зосередження уваги на існуючих видах бізнесу та їх подальшій підтримці, використовують тоді, коли попит на продукцію стійкий і за прогнозами та експертними оцінками стан ринку буде стабільним, що дозволить накопичувати фінансові ресурси для паралельної реалізації стратегій зростання передбачають стратегії...

+стабілізації

концентрованого (інтенсивного) зростання (розвитку)

інтегрованого зростання (розвитку)

диверсифікованого зростання (розвитку)

Стратегії, які формують маркетинговий “стратегічний набір” сучасного підприємства, включають:

+стратегії розвитку ринку, проникнення, збереження частки ринку, репозиціонування

стратегії розвитку ринку, проникнення, збереження частки ринку

стратегії проникнення, збереження частки ринку

стратегії проникнення, збереження частки ринку, репозиціонування

Матричні (портфельні) методи являють собою:

+форму оцінки окремих сфер діяльності підприємства, представлених в якості окремих елементів співвідношення структур «продукт-ринок»

форму оцінки рівня диференціації продукції підприємства

форму оцінки способу забезпечення конкурентної переваги підприємства в бізнесі

форму аналізу та оцінки потенціалу підприємства

Стратегія широкої диференціації спрямована переважно на:

збільшення асортименту вироблюваної продукції

збільшення обсягів виробництва

+надання вироблюваній підприємством продукції специфічних особливостей, відмінних від особливостей товарів конкурентів

захоплення нових ринків

В яких випадках використовують матричні методи стратегічного аналізу?

+при діагностиці становища даного підприємства на ринку по відношенню до його конкурентів

при визначенні способів забезпечення конкурентної переваги підприємства в бізнесі

при визначенні потенціалу підприємства

при проведенні фінансового аналізу підприємства

Отримання стійких переваг по витратах і використання їх як основи для боротьби з конкурентами шляхом захоплення частки ринку – це мета:

сфокусованої стратегії низьких витрат

+стратегії лідерства у витратах

стратегії широкої диференціації

сфокусованої стратегії диференціації

До основних елементів оптимізації в структурі стратегії низьких витрат відносяться:

виробничі потужності й продуктивність праці

виробничі витрати на енергоносії і сировину

+виробничі витрати на матеріали й система розподілу

скорочення персоналу і виробничої бази

Правильно вкажіть послідовність формування стратегії підприємства:

формування стратегічного бачення, місії і розробка стратегії

+формування кредо керівника чи власника підприємства, стратегічного бачення, мети, розробка стратегії

формування керуючої підсистеми підприємства, керованої підсистеми, розробка стратегії

встановлення мети, яка в подальшому є основою розробки стратегії підприємства

За конкурентною позицією в бізнесі виділяють стратегії:

стабілізації, фокусування, інтеграції, диверсифікації та скорочення

диференціації продукції, мінімізації або оптимізації витрат в сфокусованому секторі бізнесу

+лідера, претендента, послідовника, новачка

посилення позицій на ринку бізнесу, розвитку ринку бізнесу, розвитку продукту бізнесу

Мікросередовище підприємства характеризується наступними явищами: переважна кількість споживачів товару підприємства – люди з низькими доходами, вони не зважають на незначні особливості виробів, товар у галузі переважно стандартний, серед продавців існує значна цінова конкуренція. Яку базову конкурентну стратегію можна запропонувати підприємству?

стратегія диференціації

стратегія диверсифікації

+стратегія низьких витрат

стратегія фокусування (концентрації)

Підприємство займає міцну позицію на ринку, має можливість випускати продукцію дешевшу ніж конкуренти, до того ж добробут споживачів почав зростати і значна їх

чисельність вже пред'являє підвищену увагу до функціональних особливостей товару; з другого боку, гнучка технологія і кваліфікація кадрів дають можливість створювати багато модифікацій товару. Яку базову конкурентну стратегію можна запропонувати підприємству?
 +стратегія диференціації
 стратегія диверсифікації
 стратегія низьких витрат
 стратегія фокусування (концентрації)

Підприємство громадського харчування знаходиться на території студмістечка. Поява тут аналогічного підприємства малоймовірна. Імідж підприємства у студентів достатньо високий. Яку базову конкурентну стратегію можна запропонувати підприємству?
 стратегія диференціації
 стратегія диверсифікації
 стратегія низьких витрат
 +стратегія фокусування (концентрації)

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

Основна:

1. Балабанова Л.В. Стратегія і тактика управління підприємством: навч. посіб. Донецьк: ДонНУЕТ, 2009. 421 с.
2. Бессєдін В. Створення, становлення і трансформування системи планування в Україні. *Економіка України*. 2014. №4. С. 4-10.
3. Березін О.В. Стратегія підприємства: навч. посіб. К.: Ліра-К, 2010. 224 с.
4. Боярко І. М. Стратегічне фінансове управління підприємством : монографія. Суми : Університетська книга, 2014. 175 с.
5. Гевко О. Б., Шведа Н. М. Стратегічне управління: навч. посіб. для студентів усіх форм навчання напряму 6.030601 «Менеджмент». Тернопіль: ФОП Паляниця В. А., 2016. 152 с.
6. Гордієнко П. Л. Стратегічний аналіз : навч. посіб. К. : Алерта, 2011. 520 с.
7. Господарський кодекс України: прийнятий Верховною Радою України 16.01.2003 р. № 436-IV. Редакція від 06.11.2014 р. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/436-15/ed20141106>.
8. Давидов Г. М. Стратегічний аналіз : навч. посіб. К. : Знання, 2011. 389 с.
9. Дикань В.Л. Стратегічне управління К.: Центр учбової літератури, 2013. 72 с.
10. Стратегічне управління: навч. посібник. Київ: Центр учб. літ., 2013. 272 с.
11. Довбня С.Б., Найдовська А.О., Хитько М.М. Стратегія підприємства: навч. посіб. Дніпропетровськ: НМетаАУ, 2011. 71 с.
12. Довгань Л. Є. Стратегічне управління. навч. посіб., 2-ге вид. К.: Центр учбової літератури, 2011. 440 с.
13. Длігач А. О. Стратегічне маркетингове управління : монографія. Київ : Алерта, 2012. 270 с.
14. Кендюхов О.В., Димитрова С.М. Маркетингова стратегія підприємства: бренд-підхід до визначення ефективності: монографія. Донецьк: ДонУЕП, 2009. 182 с.
15. Керцнер Г. Стратегическое управление в компании. Модель зрелого управления проектами. Киев: ДМК, 2014. 320 с.
16. Кіндрацька Г. І. Стратегічний менеджмент: навч. посібник. 2-ге вид., перероб. і

допов. Львів: Вид-во Львів. політехніки, 2010. 406 с.

17. Ковалевська А.В. Стратегія підприємства: навч. посібник у тестах: Харк. нац.акад. міськ. госп-ва. Х. : ХНАМГ, 2013. 282 с.

18. Ковтун Н. В. Стратегічний аналіз : навч. посіб. К. : ВПЦ «Київський університет», 2011. 71 с.

19. Малярець Л.М., Ачкасова О.В. Збалансована система показників як інструмент визначення стратегії підприємства в умовах кризи: монографія. Х.: Вид. ХНЕУ, 2012. 304 с.

20. Мізюк Б. М., Тучковська І. І., Артищук І. В. Стратегічний менеджмент: навч. посіб. Видавництво «Магнолія 2006», Львів 2013. 376 с.

21. Наливайко А.П. Стратегія підприємства: адаптація організацій до впливу світових суспільно-економічних процесів: монографія. К.: КНЕУ, 2013. 454 с.

22. Про захист економічної конкуренції: Закон України; прийнятий Верховною Радою України 11 січ. 2001 р. № 2210-III. Редакція від 11.08.201 р. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/406-18/ed20130704>.

23. Податковий кодекс України : прийнятий Верховною Радою України 02.12.2010 р. № 2755-VI. Редакція від 08.11.2014 р. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2755-17/ed20141108>.

24. Про зовнішньоекономічну діяльність: Закон України; прийнятий Верховною Радою УРСР 16.04.1991 р. № 959-XII. Редакція від 26.10.2014 р. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/959-12/ed20141026>.

25. Про інвестиційну діяльність: Закон України; прийнятий Верховною Радою України 18.09.1991 р. № 1560-X.П. Редакція від 06.11.2014 р. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1560-12/ed20141106>

26. Садеков А.А., Гусева О.Ю. Стратегічне управління підприємством. Управління змінами: електронний конспект лекцій. Донецьк: ДонНУЕТ, 2011. 129 с.

27. Саєнко М.Г., Смоленюк П.С., Бриндзя З.Ф., Маланчук Л.М. Стратегія підприємства в умовах ринкових відносин: навч. посіб. - 2-вид., перероб. та доповн. Хмельницький: „Наукова думка. 2009. 215 с.

28. Сич Є.М., Пилипенко О.В., Стасишен М.С. Стратегічний аналіз: навч. посіб. К.: Каравела, 2016. 304 с.

29. Стратегічний менеджмент: навч. посіб. за заг. ред. М. П. Бутка. Київ: Центр учб. літ., 2016. 376 с.

30. Тоцька О. Л. Стратегічний аналіз : практикум : навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів. Луцьк: Волинський національний університет імені Лесі Українки, 2012. 176 с

Додаткова:

1. Аванесова Н. Е. Стратегічне управління підприємством та сучасним містом : теоретико-методичні засади : монографія. Харків : Щедра садиба плюс, 2015. 195 с.

2. Азарян О. М. Стратегічне управління маркетинговою діяльністю підприємств машинобудування : монографія. Донецьк : ДонНУЕТ, 2011. 218 с.

3. Андрієнко В. М. Стратегічне управління підприємствами реального сектору економіки : механізми, методи, моделі : монографія. Донецьк : ДонНУ, 2012. 155 с.

4. Бакунов О.О., Хлевицька Т.Б. Стратегія підприємства Донецьк: ДонНУЕТ, 2011. 161 с.

5. Балабанова Л. В. Стратегічне маркетингове управління комерційною діяльністю підприємств : монографія. Донецький нац. ун-т економіки і торгівлі ім. М. І. Туган-Барановського. Донецьк : ДонНУЕТ, 2011. 181 с.

6. Белова А. І. Система стратегічного управління реструктуризацією підприємств :

цілі, проблеми та перспективи : монографія. Київ. нац. ун-т буд-ва і архітектури. Київ : КНУБА, 2014. 292 с.

7. Белоусова К. І Стратегічне позиціонування промислового підприємства : монографія. Східноукр. нац. ун-т ім. В. Даля. Луганськ : СНУ ім. В. Даля, 2012. 202 с.

8. Близький Р.С., Баранцева С.М. Стратегія підприємства: конспект лекцій. Донецьк: ДонНУЕТ, 2010. 135с.

9. Василенко Д. Ю. Методика оцінки конкурентоспособності отечественных підприємств. *Управління розвитком*. Харків : ВД «ІНЖЕК», 2012. № 3. С. 69-71.

10.Верхоглядова Н. І. До питання про економічну сутність інноваційного розвитку. *Держава та регіони*. Серія : Економіка та підприємництво. Запоріжжя : Класич. приват. ун-т, 2010. № 6. С. 266-269.

11.Вишиванюк М. В. Стратегічне державне управління розвитком регіонів України : концептуальні положення, методологічні підходи, практика застосування : монографія. Акад. муніцип. упр. Донецьк : Юго-Восток, 2012. 434 с.

12.Гаркавенко С. С. Маркетинг: підручник. К.: Лібра, 2012. 712 с.

13.Герасимчук З. В. Стратегічне управління сталим розвитком міст : теорія, методологія, практика : монографія. Луц. нац. техн. ун-т. Луцьк : Вежа-Друк, 2014. 274 с.

14.Должанський І. З. Стратегія управління діяльністю підприємства на основні збалансованої системи показників : монографія. Донецьк : СПД Купріянов В. С., 2012. 213 с.

15.Захарченко В. І. Розвиток стратегічних підходів до управління підприємством у нестабільних умовах : колект. моногр. Одеський нац. ун-т ім. І. І. Мечникова. Донецьк : НОУЛІДЖ. Донец. від-ня, 2014. 187 с.

16.Колосок В. М. Методологія розвитку стратегічного управління великих промислових підприємств : монографія. Маріуполь : ДВНЗ «Приазов. держ. техн. ун-т», 2012. 247 с

17.Павлова В. А. Стратегічне управління ресурсним потенціалом : концепція, механізм, стратегія : монографія. Дніпропетр. ун-т ім. Альфреда Нобеля. Дніпропетровськ : Дніпропетр. ун-т ім. Альфреда Нобеля, 2014. 150 с.

18.Педченко Н. С. Потенціал розвитку при стратегічному управлінні підприємством : монографія. Вищ. навч. закл. Укоопспілки «Полтавський ун-т економіки і торгівлі». Полтава : ПУЕТ, 2012. 365 с.

19.Петрович Й. М. Стратегічне управління конкурентоспроможністю промислового підприємства : монографія. Нац. ун-т «Львівська політехніка». Львів : Львівська політехніка, 2012. 228 с.

20.Раєвнева О.В., Берест М.М. Санаційна стратегія промислового підприємства: механізм формування та моделі реалізації: монографія. Х.: ВД «ІНЖЕК», 2012. 344 с.

21.Райко Д. В. Стратегічне управління розвитком маркетингової діяльності промислового підприємства : дис.док. екон. наук : 08.00.04 / Діана Валеріївна Райко ; НТУ «ХП»; наук. кер. Ястремська О. М. Харків : [б. в.], 2011. 584 с.

22.Скудар Г. Стратегія піднесення конкурентоспроможності підприємства: проблеми і складові успіху. *Економіка України*. 2012. № 6. С. 16-25.

23.Сталінська О. В. Реалізація принципів сталого розвитку в стратегічному управлінні підприємством : монографія. Ін-т економіки промисловості. Донецьк : СПД Купріянов, 2012 320 с.

24.Стратегічне управління конкурентоспроможністю : підходи та практична проблематика : монографія. Держ. вищ. навч. закл. Ужгородський нац. ун-т, Вищ. навч. закл. Укоопспілки, Полтавський ун-т економіки і торгівлі. Полтава : ПУЕТ, 2013. 307 с

25.Яременко О. Л. Стратегічне управління суб'єктами господарювання : проблеми

теорії та практики : монографія. Нар. укр. акад. Харків : Вид-во НУА, 2013. 587 с.

Інтернет ресурси:

1. Офіційний сайт урядового порталу Кабінету Міністрів України. URL: www.kmu.gov.ua.
2. Офіційний сайт Національного банку України. URL: www.bank.gov.ua.
3. Офіційний сайт Міністерства економіки України. [URL: www.me.gov.ua].
4. Офіційний сайт Міністерства фінансів України .URL: www.minfin.gov.ua.
5. Офіційний сайт Державного комітету України у справах національностей та міграцій. URL: www.scnm.gov.ua.
6. Офіційний сайт Державного комітету статистики України URL: www.ukrstat.gov.ua.
7. Офіційний сайт національного інституту стратегічних досліджень. URL: www.niss.gov.ua.
8. Офіційний сайт національного інституту проблем міжнародної безпеки. URL: www.niisp.gov.ua.
9. Офіційний сайт інституту світової економіки і міжнародних відносин. URL: www.iweir.org.ua.
10. Офіційний сайт Українського центру економічних і політичних досліджень ім. О. Разумкова. URL: www.ucers.org.
11. Офіційний сайт інституту глобальних стратегій. URL: www.igls.com.ua.
12. Офіційний сайт інституту економічних досліджень і політичних консультацій. URL: www.iieg.kiev.ua.
13. Офіційний сайт бази українського законодавства в Інтернет. URL: www.lawukraine.com.
14. Офіційний сайт Чернівецької області. URL: www.bucoda.cv.ua.
15. Інформаційний сервер про Україну .URL: www.uazone.net.
16. Офіційний сайт міжвідомчої ради з впровадження економічних реформ в Україні. URL: www.reforms.kiev.ua.
17. Офіційний сайт національної бібліотеки України ім. В. І. Вернадського. URL: www.nbuv.gov.ua.
18. Офіційний сайт електронної бібліотеки Львівської комерційної академії. URL: www.dev.lac.lviv.ua/lib.
19. Офіційний сайт наукової бібліотеки ім. Максимовича. URL: www.lib-gw.univ.kiev.ua.
20. Офіційний сайт наукової бібліотеки Донецького університету. URL: www.library.dongu.donetsk.ua.
21. Офіційний сайт Львівської електронної бібліотеки ім. В. Стефаника. URL: www.lsl.lviv.ua.
22. Офіційний сайт електронної бібліотеки. URL: www.lib.com.ua.
23. Світовий банк. URL: <http://www.worldbank.org/>
24. Європейська комісія (EU). URL: <http://www.europa.eu.int/>
25. Українсько-європейський консультативний центр (UEPLAC) ; Ukrainian Economic Trends. URL: <http://www.ueplac.kiev.ua/>
26. Світові Web-ресурси з економіки, Steve Gardner, Baylor University. URL: hsb.baylor.edu/html/gardner/RESORS.HTM
27. Centre for Social and Economic Research (CASE). URL: <http://www.case.com.pl/indexen.html>.
28. Український медіа-сервер (ЗМІ – преса, радіо, телебачення, органи законодавчої та виконавчої влади). URL: <http://www.vlada.kiev.ua/usm>.

II. ПІДПРИЄМНИЦТВО

Метою навчальної дисципліни «Підприємництво» є: формування системи базових знань у сфері підприємництва, розуміння концептуальних завдань функціонування підприємств різних типів в сучасних умовах, набуття вмінь та навичок здійснення підприємницької діяльності, прийняття економічно обґрунтованих господарських рішень.

У результаті вивчення навчальної дисципліни «Підприємництво» студенти повинні:

знати:

- сутність і форми підприємницької діяльності;
- механізм і витрати при створенні фірми;
- функції і правила поведінки бізнесмена, принципи і сутність господарських рішень, що приймаються в підприємницькій діяльності;
- порядок ліцензування певних видів підприємництва та ін.
- правові основи функціонування малого та середнього підприємства;
- визначення і оцінку результатів діяльності малого та середнього підприємства.

вміти:

- обрати вид підприємницької діяльності;
- обрахувати витрати на створення фірми;
- порядок реєстрації фірми певної організаційно-правової форми;
- особливості укладання угоди (договору);
- розробляти заходи щодо прийняття ефективних господарських рішень.
- оцінювати ефективність використання окремих видів ресурсів;
- проводити оцінку впливу чинників зовнішнього середовища на діяльність підприємства.

ПІДПРИЄМНИЦТВО

Зміст навчальної дисципліни

Тема 1. Зміст підприємництва. Місце підприємництва у суспільстві

Предмет “Основи підприємництва”. Мета й завдання. Місце в системі економічних наук і навчальних дисциплін. Інформаційно-методичне забезпечення. Будова та методологія вивчення курсу “Основи підприємництва”. Логіка побудови. Загальна характеристика розділів і тем. Основні особливості категорій. Особливості викладу. Рекомендації щодо вивчення.

Логічний та історичний підходи до походження та трактування категорій “підприємець”, “підприємництво”. Визначення підприємництва за законодавством України. Функції та принципи підприємництва. Підприємець як основний суб’єкт підприємництва. Споживач, конкурент, держава та інші контрагенти як суб’єкти підприємницького процесу. Об’єкти підприємництва.

Логіка підприємницької діяльності, етапи логічного мислення підприємця. Бізнес-ідея, її складові. Джерела та методи пошуку ідей. Критерії пошуку, вибору та обґрунтування ідей. Активний і пасивний способи реалізації ідей. Банк підприємницьких ідей.

Підприємець як особистість. Диференціація понять “підприємець”, “бізнесмен”, “підприємець-власник”, “підприємець-менеджер”. Особисті якості та риси характеру підприємця як людини.

Тема 2. Цілі підприємництва та його організація

Аналіз можливостей, ресурсів та ризиків – SWOT-аналіз. Відповідність бізнес-одиниці зовнішньому середовищу, як двосторонній процес. SWOT-аналіз, як інструмент аналізу економічного стану та наявності ресурсів.

Мета, ціль, завдання та деякі інші терміни, що потребують визначення та уточнення. Мета менеджменту. Терміни, що потребують визначення та уточнення: мета; цілі; завдання; політика; стратегія; тактика.

Мета та цілі в підприємстві та стратегічний розвиток. Економічні погляди на діяльність комерційних підприємств в частині його мети та цілей. Точки зору науковців щодо місця та ролі прибутку в діяльності комерційних підприємств. Теорія біхевіоризму та комерційне підприємство. Вживання, як домінуюче завдання (ціль) будь-якої організації. Задоволення потреб покупця, зростання компанії, рух ліквідності, підхід до учасників бізнесу, етико-соціальні вимоги – додаткові завдання (цілі), що переслідує будь-яка організація (комерційне підприємство). Стратегічне планування та чотири основні стратегічні напрямки розвитку компанії Х.Ансоффа.

Тема 3. Види підприємництва

Різноманіття типів, видів та сфер підприємництва. Типологія підприємництва. Класифікаційні ознаки: форма власності, розмір, належність капіталу, кількість власників, організаційно-правова форма, сфера діяльності. Різноманіття видів підприємництва залежно від класифікаційних ознак.

Виробниче підприємництво. Зміст виробничого підприємництва. Традиційна та інноваційна форми виробничого підприємництва. Основний та допоміжний види виробничого підприємництва. Загальна схема господарювання.

Торговельне підприємництво. Зміст торговельного підприємництва. Основні види операцій торговельного підприємництва. Категорії суб’єктів торговельного підприємництва:

торговельні підприємства, торговельно-виробничі підприємства, торговельно-посередницькі підприємства, товарні біржі. Загальна схема господарювання.

Посередницьке підприємництво. Зміст посередницького підприємництва. Види посередників. Особливості господарювання агентів, брокерів, дилерів, дистриб'юторів, торгових маклерів, комівоаяжерів, консигнаторів, аукціоністів.

Фінансове підприємництво. Зміст фінансового підприємництва. Суб'єкти фінансового підприємництва: банки, інвестиційні фонди, інвестиційні компанії, фондові біржі. Загальна схема господарювання суб'єктів фінансового підприємництва.

Страхове підприємництво. Зміст страхового підприємництва. Основні види страхування: особисте, майнове, відповідальності. Добровільна та обов'язкова форма страхування. Схема господарювання в страховому підприємстві.

Тема 4. Етична і соціальна відповідальність підприємництва

Етика. Етика підприємництва. Принципи етики підприємництва. Етичний кодекс підприємця: минуле і сучасність. Різноманіття професійних етичних кодексів. Етикет підприємця.

Відповідальність підприємця у сфері навколишнього природного середовища. Принципи охорони навколишнього природного середовища. Державні екологічні стандарти і нормативи. Поняття екологічної безпеки. Економічний механізм забезпечення охорони навколишнього природного середовища. Відповідальність підприємництва у сфері екології.

Підприємець і споживачі. Закон України “Про захист прав споживачів”. Основні права та обов'язки споживачів. Відповідальність підприємця за недотримання та порушення прав споживачів.

Взаємини підприємця і працівників. Принципи побудови відносин у сфері зайнятості. Відповідальність підприємництва перед державою, перед профспілками, перед трудовим колективом, перед окремим працівником. Договірна основа взаємин підприємця і працівника. Види трудових договорів: трудовий договір, індивідуальний трудовий контракт, індивідуальний договір підряду, колективний договір, тарифна угода.

Підприємець та інвестори. Особливості взаємин підприємця та інвесторів. Відповідальність підприємця. Принципи побудови відносин між ними.

Тема 5. Організаційні форми підприємництва

Поняття організаційної форми підприємництва. Поняття “фірма”, “компанія”, “установа”, “підприємство”. Ознаки та риси підприємства. Підходи до класифікації організаційних форм підприємництва: міжнародна класифікація та класифікація згідно з українським законодавством.

Одноосібні володіння. Переваги та недоліки одноосібних володінь. Партнерства. Види партнерств. Переваги та недоліки партнерств. Корпорації. Види корпорацій. Переваги та недоліки корпорацій. Складні форми підприємницьких утворень (об'єднання підприємств).

Різні організаційні форми підприємництва згідно з вітчизняним законодавством: товариства з обмеженою відповідальністю, товариства з додатковою відповідальністю, товариства з повною відповідальністю, командитні товариства, акціонерні товариства, орендні підприємства тощо. Об'єднання підприємств. Договірна та статутна форма об'єднань. Види об'єднань: асоціація, корпорація, концерн, консорціум, холдинг, фінансово-промислова група. Способи утворення об'єднань: злиття та поглинання.

Особливі організаційні утворення: філії, дочірні компанії, офшорні компанії.

Тема 6. Процес створення підприємства та характеристика його основних етапів

Правова основа створення, реєстрації, функціонування та ліквідації (реорганізації) підприємства. Поняття установчих документів підприємства. Установчий договір. Статут.

Державна реєстрація підприємства. Органи реєстрації. Порядок державної реєстрації. Характеристика основних етапів реєстрації. Особливості державної реєстрації суб'єктів підприємництва – фізичних осіб. Поняття “єдине вікно” та “дозвільний офіс”.

Ліцензування підприємництва. Правові основи ліцензування. Ліцензія. Орган ліцензування. Види підприємницької діяльності, що підлягають ліцензуванню.

Податкова політика держави. Загальна система оподаткування підприємців. Спрощена система оподаткування підприємців. Взаємовідносини новостворюваного підприємства з банком.

Державна звітність підприємця. Фінансова та статистична звітність. Основні форми фінансової звітності: “Баланс”, “Звіт про фінансові результати”, “Звіт про рух грошових коштів”, “Звіт про власний капітал”, “Примітки до річної звітності”. Особливості ведення звітності суб'єктами малого підприємництва.

Припинення підприємницької діяльності.

Тема 7. Основи бізнес-плану у підприємницькій діяльності

Бізнес-план. Поняття та завдання бізнес-плану. Функції бізнес-плану. Особливості складання бізнес-плану залежно від адресата. Загальні правила написання бізнес-плану.

Структура бізнес-плану. Зміст розділів бізнес-плану. Опис виду діяльності. Опис товару або послуги. Оцінка галузі. Аналіз ринку. План маркетингу. План виробництва. Фінансовий та інвестиційний плани. Організаційний план. Аналіз ринку. Юридичний план. Додатки як важливий елемент бізнес-плану.

Тема 8. Розміщення підприємства та організація виробництва та збуту товару

Організація виробництва та збуту товару. Виробнича функція (визначення та характеристика). Головна функція управління виробничим процесом. Характеристика взаємозв'язку: постачання, виробництва, збуту. Методика визначення оптимальної величини партії матеріалів, що закуповується. Графічне відображення залежності між величиною партії матеріалів, що закуповується та величиною виробничого запасу. Методика визначення оптимальної величини серії продукції, що випускається. Графічне відображення залежності між величиною серії та величиною запасу готової продукції.

Місцезнаходження та розміщення підприємства. Бізнес, як логічна схема при розгляді питання про місцезнаходження підприємства. Характеристика різноспрямованих сил, що впливають на місце розташування підприємства: можливість забезпечення робочою силою; можливість забезпечення сировиною; транспортні можливості; можливості обслуговування; урядові пільги; близькість ринків. Можливості розміщення підприємств всередині регіонів. Розміщення підприємств роздрібно торгівлі.

Тема 9. Маркетинг у підприємницькій діяльності

Маркетинг та його цілі. Основні об'єкти маркетингу. Стимулювання реалізації товарів і послуг. Маркетингове середовище фірми. Ціна товару.

Товарна політика підприємництва. Цінова політика на підприємстві. Збутова політика комерційного підприємства. Управління комунікативною політикою підприємства.

Тема 10. Ціноутворення

Природа та значення ціноутворення. Роль ціноутворення в комплексі маркетингу. Роль ціни, як складової частини комплексу маркетингу. Ставлення споживача до ціни. Ситуації, за яких ціна набуває особливе значення. Цілі і політика ціноутворення. Зовнішні фактори: вид та структура галузі; пропозиція товару; стан ринку; фактори споживчого попиту; фактори видатків виробництва та інших витрат; зовнішні фактори (політичні, юридичні, економічні, технологічні); фактори викликані конкуренцією. Корпоративні завдання та цілі маркетингу:

максимізація віддачі на вкладений капітал; закріплення рівня продажів \ частки ринку; збільшення обсягу продажів \ частки ринку. Активна цінова політика: встановлення високих цін на новий товар; політика «зняття вершків»; преміальна надбавка до ціни; цінова дискримінація; політика стримування потоку конкурентів. Відхилення від політики ціноутворення (цінові скидки та торговельні скидки). Пасивна політика ціноутворення: цінове лідерство.

Калькуляція ціни в теорії та на практиці. Калькуляція ціни в теорії. Калькуляція ціни на практиці: з орієнтацією на видатки; з орієнтацією на попит; з орієнтацією на конкуренцію; техніка орієнтації на видатки («видатки + прибуток» та «видатки + накидки»); ціноутворення за методом встановлення «цільової» ціни; розрахунок ціни на основі принципу беззбитковості; ціноутворення з орієнтацією на попит; ціноутворення з орієнтацією на конкурентів (закриті торги).

Тема 11. Фінансова діяльність підприємства і фінансове обслуговування бізнесу

Поняття фінансування підприємства. Джерела формування коштів підприємства. Зовнішні та внутрішні джерела. Переваги та недоліки різних джерел. Критерії оцінки та вибору джерел фінансування. Диференціація джерел фінансування.

Зміст управління фінансами підприємця. Організація фінансування бізнесу. Організація фінансового обслуговування бізнесу.

Тема 12. Кар'єра у бізнесі. Бар'єри у діловій комунікації

Поняття кар'єри. Кар'єра в бізнесі. Види кар'єри: професійна, посадова, внутріорганізаційна, майнова. Типи кар'єри: прогресивна, слабо зростаюча, лінійна, регресивна. Фактори впливу на кар'єру. Етапи кар'єри людини: підготовчий етап, становлення, просування по службі, збереження, завершення, пенсійний етап. Залежність кар'єри від типу особистості людини.

Моделі кар'єри: «трамплін», «сходи», «змія», «роздоріжжя». Планування кар'єри. Кар'єрна стратегія і тактика. Етапи (стадії) перебування людини на посаді: адаптація, віддача, нульовий приріст. Вік і кар'єра. Сфера діяльності і кар'єра.

Логічний бар'єр. Стилiстичний бар'єр. Семантичний і лінгвістичний бар'єри. Стилi слухання й зворотний зв'язок у міжособистісному спілкуванні. Класифікація типів учасників спілкування.

Стилi керівництва в бізнесі. Авторитарний, демократичний, ліберальний стилi. Поняття лідерства. Особистісний, поведінковий (біхейвіористський) та ситуаційний підходи в лідерстві. Авторитет підприємця-керівника.

Управління кар'єрою. Поняття, принципи, підходи. Умови успішності управління кар'єрою.

Тема 13. Стратегія і тактика маніпулювання у підприємстві. Управління конфліктними ситуаціями

Основні стратегії впливу на людину. Засоби та механізми маніпулятивного впливу. Маніпуляції у діловому спілкуванні. Розпізнавання маніпуляції та захист від неї. Техніка «заїждженої платівки». Техніка «перманентної відмови». «Компроміс». Основи асертивної поведінки.

Передконфлікти і причини конфліктів. Типи конфліктних особистостей. Діагностика динаміки конфліктів. Шляхи подолання конфліктів. Формування взаємовідносин у групі.

Тема 14. Договірні відносини у підприємницькій діяльності

Договір як форма закріплення партнерських зв'язків. Види договорів у ринковій економіці. Типові договори для різних організаційних форм підприємств. Оферта як форма

укладання договору. Структура та зміст договору. Формування умов договору підприємцем. Напрямки і форми співробітництва партнерів.

Тема 15. Кооперативні зв'язки суб'єктів підприємництва

Об'єктивна необхідність коопераційних зв'язків суб'єктів підприємництва. Форми коопераційних зв'язків суб'єктів підприємництва.

Субпідряд як форма коопераційних зв'язків підприємництва.

Венчурне фінансування як форма коопераційних зв'язків підприємництва. Бізнес-інкубатори як форма коопераційних зв'язків підприємництва.

Підприємницька діяльність на основі договору комерційної концесії (франчайзинг). Лізинг як вид підприємництва. Особливості лізингових операцій. Досвід вітчизняних компаній щодо розвитку лізингу.

Тема 16. Підприємництво у міжнародному середовищі

Форми спільного міжнародного підприємництва. Спільні підприємства: особливості створення та функціонування в Україні. Сутність та структура вільних економічних зон. Світовий досвід створення вільних економічних зон. Офшорні компанії.

Тенденції розвитку міжнародних економічних відносин. Системи оподаткування підприємств у різних країнах. Трудові відносини в країнах світу.

ПЕРЕЛІК ПИТАНЬ ДЛЯ САМОПІДГОТОВКИ з дисципліни «Підприємництво»

1. Суть підприємництва як особливої форми економічної діяльності.
2. Суб'єкти та об'єкти підприємницької діяльності.
3. Логіка підприємництва. Основні мотиви підприємницької діяльності.
4. Економічні основи прийняття підприємницького рішення. Бізнес-ідея.
5. Підприємець як основна фігура економічного процесу. Особисті якості підприємця.
6. Типологія підприємництва. Основні види підприємницької діяльності.
7. Виробнича підприємницька діяльність, її форми та види.
8. Комерційне підприємництво.
9. Посередницька підприємницька діяльність.
10. Фінансове підприємництво та його форми.
11. Страхове підприємництво.
12. Підприємництво у сфері надання консалтингових послуг.
13. Фермерське господарство.
14. Поняття підприємницького середовища та його складові елементи.
15. Політико-правове середовище – робоче підприємницьке середовище.
16. Фіскальна політика та її вплив на підприємництво.
17. Поняття, цілі та завдання державної звітності.
18. Ризик підприємницької діяльності, його види та способи зменшення.
19. Поняття та еволюція принципу етичної та соціальної відповідальності.
20. Підприємництво та навколишнє середовище. Відповідальність підприємництва та методи контролю з боку держави.
21. Підприємництво та споживачі. Основні права споживачів та засоби їх забезпечення.

22. Відповідальність підприємця щодо забезпечення зайнятості. Правові основи взаємовідносин з різними категоріями зайнятих.

23. Бізнес та інвестори. Соціальна та етична відповідальність підприємництва перед інвесторами.

24. Міжнародна класифікація форм організації бізнесу. Особливості створення, переваги та недоліки різних форм підприємництва.

25. Правові форми організації підприємницької діяльності в Україні.

26. Обґрунтування вибору найбільш поширених форм бізнесу в Україні.

27. Регламент створення підприємства.

28. Ліцензування підприємницької діяльності.

29. Установчі документи підприємства: суть, призначення та порядок створення.

30. Державна реєстрація підприємства.

31. Загальна система оподаткування підприємців.

32. Спрощена система оподаткування підприємців.

33. Взаємовідносини новостворюваного підприємства з банком.

34. Припинення підприємницької діяльності.

35. Маркетингова діяльність на підприємстві.

36. Товарна політика підприємництва.

37. Цінова політика на підприємстві.

38. Збутова політика комерційного підприємства.

39. Управління комунікативною політикою підприємства.

40. Бізнес-план, його функціональні ролі.

41. Зміст і структура бізнес-плану

42. Технологія складання плану.

43. Вимоги і правила щодо оформлення бізнес-плану.

44. Поетапний опис кампанії по залученню капіталу.

45. Зміст управління фінансами підприємця.

46. Організація фінансування бізнесу.

47. Організація фінансового обслуговування бізнесу.

48. Поняття кар'єри підприємця.

49. Основні професії у сфері бізнесу.

50. Вимоги до спеціалістів-підприємців.

51. Управління кар'єрою підприємця.

52. Бар'єри у діловому спілкуванні.

53. Стилi слухання й зворотний зв'язок у діловому спілкуванні.

54. Розпізнання маніпуляції та захист від неї у діловому спілкуванні.

55. Означення ділового конфлікту.

56. Управління конфліктами в діловій сфері.

57. Вибір стратегії та тактики поведінки у конфлікті.

58. Управлінські конфлікти в організації.

59. Регулювання взаємодії суб'єктів підприємницької діяльності.

60. Класифікація підприємницьких договорів за сферами діяльності.

61. Типовий зміст підприємницького (господарського) договору.

62. Стратегія і тактика ділових переговорів.

63. Об'єктивна необхідність коопераційних зв'язків підприємництва.

64. Субпідряд як форма коопераційних зв'язків підприємництва.

65. Франчайзинг як форма коопераційних зв'язків підприємництва.

66. Лізинг як форма коопераційних зв'язків підприємництва.

67. Венчурне фінансування як форма коопераційних зв'язків підприємництва.

68. Бізнес-інкубатори як форма коопераційних зв'язків підприємництва.

- 69. Класифікація міжнародного підприємництва.
- 70. Системи оподаткування підприємств у різних країнах.
- 71. Трудові відносини в країнах світу.

ТЕСТОВІ ЗАВДАННЯ

ПІДПРИЄМНИЦТВО

I рівень

Підприємництво – це:
 самостійний вид діяльності, спрямований на отримання доходів
 +ініціативна систематична форма економічної діяльності
 будь-який вид економічної діяльності
 виробнича господарська діяльність

Мета підприємницької діяльності – це:
 отримання грошей
 +прийняття такого рішення, що дозволить підприємцю отримати економічний ефект
 забезпечення стабільності функціонування підприємства
 вдосконалення господарського механізму

Підприємницький прибуток – це:
 +різниця між доходами та витратами, отримана внаслідок реалізації підприємницького рішення
 сума всіх доходів підприємця
 прибуток від основної діяльності підприємця
 будь-який дохід підприємця

Складовими економічної свободи є:
 функції підприємництва
 принципи підприємництва
 +економічна самостійність, економічна відповідальність, економічна рівноправність
 отримання прибутку, самореалізація, можливість самостійно приймати рішення

Новаторська функція підприємництва – це:
 впровадження нових форм і методів організації виробництва, оплати праці
 виробництво товарів, необхідних суспільству
 реалізація власної мети підприємця
 +сприяння процесу продукування нових ідей

Господарська функція підприємництва – це:
 +найефективніше використання ресурсів
 сприяння процесу продукування нових ідей
 виробництво товарів, необхідних суспільству
 реалізація власної мети підприємця

Логіка підприємництва – це:

діяльність підприємця, спрямована на отримання прибутку

+форма мислення підприємця в прийнятті рішення

основна мета підприємницької діяльності

сукупність підприємницьких рішень, спрямованих на отримання прибутку

Підприємницька ідея – це:

+виявлений інтерес, який має конкретні економічні параметри

сукупність підприємницьких рішень, готових до впровадження

система взаємопов'язаних рішень, спрямованих на отримання прибутку

сукупність новаторських знань щодо нових товарів і послуг

Економічна роль підприємництва у суспільстві полягає в тому, що воно:

формує новий тип суспільного способу життя та людських стосунків

стимулює державний розподіл ресурсів

здійснює благодійну та спонсорську діяльність

+створює конкретні продукти для задоволення потреб, надає робочі місця, забезпечує зайнятість підприємцям

Основними особистими якостями підприємця є:

+цілеспрямованість, ініціативність, прагнення до нововведень

освіта, інтелект, вихованість

аналітичний склад мислення, досвід у бізнесі

оптимізм, розкутість, привабливість

Розподіл видів підприємництва на господарські товариства, об'єднання підприємств, кооперативи, підприємців – фізичних осіб означає його класифікацію за такою ознакою:

розміром

формою власності

сферами господарювання

+організаційно-правовою формою господарювання

Комерційне підприємництво – це:

+вид підприємництва, пов'язаний з купівлею-продажем товарів з метою отримання прибутку

вид підприємництва, пов'язаний з виробництвом товару з метою продажу

вид підприємництва, пов'язаний з купівлею-продажем фінансових ресурсів

підприємництво, яке займається торгівлею грошима і цінними паперами

Посередницьке підприємництво – це:

вид підприємництва, пов'язаний з обігом товарів, матеріалів, фінансів

вид підприємництва, пов'язаний з перепродажем товарів з метою отримання прибутку

+вид підприємництва, при якому підприємець представляє на ринку інтереси виробника або споживача

вид підприємництва, пов'язаний з обміном валюти, наданням кредитів

Основний зміст посередництва – це:

+сполучення інтересів виробника й споживача

закупівля товарів, їх зберігання, підготовка до продажу

прискорення оборотності капіталу, зниження витрат виробників і споживачів

забезпечення оперативності та гнучкості в задоволенні потреб споживачів

Розрізняють такі види посередників:

виробничі, комерційні, фінансові, лізингові, страхові посередники

+агенти, брокери, консигнатори, дилери, дистриб'ютори

фізичні особи, юридичні особи

крупні, середні, малі, мікро

Фінансове підприємництво – це:

+вид підприємництва, пов'язаний з купівлею-продажем одних грошей і цінних паперів за інші гроші й цінні папери з метою отримання прибутку

вид підприємництва, пов'язаний з наданням кредитів банками

вид підприємництва, спрямований на залучення фінансових ресурсів з метою отримання прибутку

вид підприємництва, пов'язаний з обігом фінансових ресурсів

Підприємницький ризик – це:

+ймовірність втрати або недоотримання прибутку (доходу, ресурсів) при здійсненні підприємницької діяльності

ризик, що виникає в будь-яких видах підприємницької діяльності, пов'язаних з виробництвом та реалізацією продукції

загроза отримання збитку

будь-який ризик у підприємницькій діяльності

За місцем виникнення підприємницький ризик буває:

зовнішній, внутрішній

+виробничий, комерційний, фінансовий, інвестиційний, ринковий

абсолютний, відносний

допустимий, критичний, недопустимий

Етика підприємництва – це:

стиль поведінки підприємця на ринку

вміння укладати угоди, вести переговори

+комплекс норм і правил моральної поведінки підприємця

сукупність вимог щодо зовнішнього вигляду підприємця

До основних принципів ділової етики підприємця можна віднести:

вільний найм працівників, свобода у прийнятті рішень, вільне ціноутворення, вільне розпорядження прибутком

+комплексність поглядів на призначення діяльності підприємця, історичність, відсутність силового втручання

гуманність, новаторство, цілеспрямованість

індикативність, планування, програмно-цільовий підхід

Права споживачів визначаються таким документом:

Конституцією України

+Законом України «Про захист прав споживачів»

Господарським Кодексом

Цивільним Кодексом України

Згідно з міжнародною класифікацією розрізняють такі форми бізнесу:

товариство з обмеженою відповідальністю, товариство з додатковою відповідальністю, командитне товариство, повне товариство, акціонерне товариство
 мале підприємство, середнє підприємство, велике підприємство
 виробниче підприємство, комерційне підприємство, фінансове підприємство, страхове підприємство, посередницьке підприємство
 +одноосібне володіння, партнерство, корпорація

Основними організаційно-правовими формами підприємств в Україні є:

+товариство з обмеженою відповідальністю, товариство з додатковою відповідальністю, командитне товариство, повне товариство, акціонерне товариство
 мале підприємство, середнє підприємство, велике підприємство
 виробниче, комерційне, фінансове, страхове підприємство тощо
 одноосібне володіння, партнерство, корпорація

Згідно українського законодавства існують такі форми об'єднань підприємств:

концерни, корпорації, асоціації
 трести, синдикати
 консорціуми, картелі
 +концерни, корпорації, асоціації, консорціуми, фінансово-промислові групи

Залежно від характеру господарської діяльності підприємства поділяють на:

+комерційні, некомерційні
 промислові, транспортні, комерційні, фінансові, страхові
 виробничі, невиробничі, орендні, фінансово-кредитні
 приватні, кооперативні, державні, змішані

Залежно від форми власності розрізняють такі види підприємств:

приватні, державні, кооперативні
 приватні, колективні, некомерційні
 приватні, державні, сімейні, іноземні
 +приватні, державні, змішані

Бізнес-план – це:

документ, що характеризує фінансово-господарський стан підприємства
 загальна концепція розвитку підприємства
 пакет документів, необхідний для отримання кредиту в банку
 +документ, що описує стан та перспективи розвитку підприємства

Маркетинговий підрозділ як один із розділів бізнес-плану повинен містити інформацію про:

організаційну схему та потребу в персоналі
 управлінський персонал та оплату його праці
 перспективи структури управління підприємством
 +цільових споживачів та конкурентів

Фінансовий підрозділ як один із розділів бізнес-плану містить інформацію про:

місткість ринку, рентабельність продажів
 ціни, торговельні надбавки, норми витрат сировини, матеріалів
 розрахунок продуктивності праці, фонду оплати праці, участь працівників у прибутках підприємства
 +надходження і витрати грошей, вхідні і вихідні грошові потоки

Складові підприємницького успіху – це:

земля, праця, капітал
 споживачі, конкуренти, партнери, постачальники
 + вміння і здібності підприємця
 можливість розширення виробництва

Основні професійні вимоги, що висуваються безпосередньо до спеціалістів-підприємців, такі:

врівноваженість, принциповість, пунктуальність
 ділова хватка, вміння працювати з людьми
 + компетентність, досвід, ініціативність
 здатність до самовдосконалення, послідовність, рішучість

Яке із тверджень є правильним?

підприємництво є важелем для зміни структури економіки
 розвиток підприємництва створює негативне середовище для конкуренції
 + підприємництво можна вважати каталізатором економічного розвитку
 підприємництво перешкоджає високоефективній праці

Термін «підприємництво» увів в практику:

французький економіст П. Лавуазьє
 англійський економіст А. Сміт
 французький філософ М. Монтень
 + англійський економіст Р. Кантільйон

Чи правильним є твердження, що підприємництво є обов'язковою ознакою ринкової економіки?

+ так
 ні
 частково
 підприємництво є ознакою рівня розвитку суспільства

Суб'єкт підприємництва це:

+ учасник підприємницької діяльності
 те, на що націлене підприємництво
 один із засновників підприємства
 службовець, якій контролює підприємницьку діяльність

Підприємництво, що функціонує у повній відповідності до закону:

+ легальне
 «сіре»
 нелегальне
 фінансове

Підприємець виконує наступні функції:

+ ресурсну, управлінську, інноваційну, ризикову
 ресурсну, інноваційну, ризикову
 управлінську, інноваційну, ризикову
 ресурсну, управлінську, інноваційну

Підприємницький дохід складається з:

+нормального (звичайного) прибутку та економічного прибутку (надприбутку)
валового прибутку та чистого прибутку
чистого прибутку
прибутку-нетто

Основні функції менеджменту:

планування, організація, прийняття рішень, контроль
+планування, організація, мотивація, контроль
планування, організація, координація, мотивація
організація, планування, контроль, кооперування

За допомогою якої функції менеджменту створюється орієнтир майбутньої підприємницької діяльності?

+ планування
організації
контроль
мотивація

Які планування охарактеризований нижче: «Це розробка стратегії діяльності організації. Це планування здійснюється на основі маркетингових досліджень і напруженої роботи з інформацією»?

планування реалізації стратегії
довгострокове планування
+стратегічне планування
оперативне планування

З якого етапу починається стратегічне планування підприємницької діяльності?

визначення можливостей і загроз
аналіз сильних і слабких сторін організації
+визначення місії організації
аналіз стратегій

Основними цілями підприємництва є:

соціальна задоволеність працівників
+прибуток
дотримання законодавства
підтримання екологічної рівноваги в середовищі функціонування

Обов'язковим учасником ринкових відносин є:

постачальник
конкурент
+споживач
митний інспектор

Документом, що закріплює необхідні умови для реалізації комерційної угоди, є:

розрахунок ціни товару
+контракт
довідка про виробництво товару

сертифікат про якість товару

Найбільш точно відповідає поняттю бізнесу вид діяльності:

контроль за дотриманням законів

ділове адміністрування на фірмі

діяльність по задоволенню потреб фізичних і юридичних осіб

+діяльність, спрямована на отримання прибутку шляхом створення і реалізації певної продукції і послуг

Виберіть вид підприємницької діяльності більш схильний до процесу рухливості середовища:

виробництво будівельної техніки

стоматологічні послуги

+фармацевтична промисловість

хлібопекарське виробництво

Бізнес, який здійснюється всіма громадянами з метою одержання товарів та послуг через самостійний пошук виробників і продавця на основі максимальної вигоди, це:

підприємництво

державний бізнес

+споживчий бізнес

традиційний бізнес

Одним з елементів системи бізнесу є:

+підприємницький бізнес

фінансовий бізнес

лізинговий бізнес

традиційний бізнес

Сучасна функціональна парадигма бізнесу спирається на:

менеджмент

маркетинг

+стратегічне планування

фінанси

Передумовами виникнення маркетингу є:

розширення товарного асортименту

розширення активів і пасивів підприємства

+наявність конкурентного середовища щодо виробників та споживачів продукції

здійснення цінової політики

До завдань, що вирішуються за допомогою маркетингу, належать:

+аналіз, оцінка та прогнозування стану і розвитку ринків, на яких фірма реалізує або планує реалізувати свої товари та послуги

аналіз витрат підприємства

боротьба з конкурентами

аналіз прибутків підприємства

Прогнозування ринку, в концепції управління маркетингом, означає спеціальні маркетингові дослідження щодо:

місткості ринку
 конкурентного середовища
 основних характеристик ринку
 +місткості ринку, конкурентного середовища, основних характеристик ринку

Ціноутворення у підприємстві – це ...
 найбільш принципова форма виразу ціни як економічної категорії
 сукупність найбільш загальних правил формування ціни
 +процес встановлення цін на товари та послуги
 непрямий податок, що включається до ціни товарів

Ціна – це...
 +грошовий вираз вартості товару
 відповідна кількість грошей, яка віддається за право придбання у власність конкретного виду продукції
 певна кількість грошових одиниць, отриманих за одиницю товару
 певна кількість грошових одиниць, отриманих за всю партію товару

До умов здійснення процесу ціноутворення у підприємницькій діяльності відносяться:
 безперервність ціноутворення
 комерційні умови діяльності
 захищеність підприємства
 +єдність процесу ціноутворення

Вираження вартості товару в грошових одиницях певної валюти:
 ціна чого-небудь
 ціна підприємства
 +ціна товару
 платоспроможний попит

Акцизний збір – це...
 співвідношення попиту і пропозиції
 метод ціноутворення, орієнтований на витрати і цільову норму прибутку
 +непрямий податок, що включається до ціни товарів
 метод розрахунку гуртових і роздрібних цін

Управління цінами у підприємницькій діяльності – це...
 +комплекс заходів щодо підтримки умовних цін при фактичному їх регулюванні відповідно до різноманітності й особливостями попиту
 прибуток, виручка, підтримка цін, протидія конкуренції
 найбільш ефективний спосіб у випадках, коли споживач має труднощі у визначенні різниці в якості продукції конкурентів
 найважливіший чинник, що впливає на виручку від продажів продукції

Калькуляція ціни у підприємницькій діяльності – це.....
 +обчислення собівартості одиниці продукції, виконаних робіт та послуг, а також заготівельної собівартості матеріальних цінностей та засобів виробництва за елементами витрат
 це визначена сукупність технологічних операцій, унаслідок виконання яких одержують продукт праці, готовий для цієї сукупності

встановлення дотацій виробникам окремих товарів
встановлення собівартості торговельного підприємства

Товар у маркетингу – це:
продукт праці, призначений для обміну
+все, що задовольняє певні потреби і пропонується ринку
матеріальні ресурси, продукція, послуги
продукт праці, призначений для власного споживання

Головним завданням виробника на етапі впровадження товару на ринок є:
підвищення конкурентоспроможності продукції, модифікація товару
модифікація товару, створення конкурентних переваг
+формування системи збуту, інформування покупців про товар
нагадування про товар, стимулювання попиту

Товарний асортимент – це:
+група товарів, що мають схожі споживчі характеристики
систематизований перелік асортиментних груп
товарна номенклатура підприємства
сукупність товарних позицій

Етапи життєвого циклу товару мають послідовність:
зростання, спад, зрілість, елімінація
зростання, впровадження на ринок, зрілість, спад
+впровадження на ринок, зростання, зрілість, спад
впровадження на ринок, зрілість, спад, зростання

Стимулююча функція ціни для споживача проявляється у:
+зниженні ціни в розрахунку на одиницю споживчої властивості товару
випереджувальному збільшенні ціни над якістю продукції
зниженні споживчих властивостей товару
зниженні рівня рентабельності

Основна проблема бізнесу – це:
вибір, як найкраще використати обмежені ресурси з метою одержання максимального прибутку
пошук приміщення для роботи фірми
+погодження з всілякими інстанціями та отримання дозволу почати підприємницьку діяльність
зниженні рівня рентабельності

Підприємництво - це:
+економічна діяльність, що базується на самостійній ініціативі, власному ризику та спрямована на задоволення потреб суспільства у товарах (роботах, послугах) і отримання прибутку
ініціативна господарсько-фінансова діяльність суб'єктів різних форм власності в рамках чинного законодавства на свій ризик і під власну фінансову і майнову відповідальність
діяльність спрямована на розширення ресурсних можливостей фірми.
економічна діяльність, що базується на власному ризику та спрямована на задоволення потреб суспільства у товарах (роботах, послугах)

Ризик у підприємницькій діяльності (економічний, технічний) – це:
 +дія на успіх у сподіванні щасливого кінця, небезпека фінансових і матеріальних збитків
 дія підприємця, спрямована на отримання максимального прибутку
 небезпека пожежі в офісних та складських приміщеннях фірми
 сплата податків підприємством у повному обсязі

Підприємства, що виробляють товари, належать до:
 невиробничої сфери
 +виробничої сфери
 сільськогосподарських підприємств
 інноваційних підприємств

За метою та характером діяльності виділяють такі види підприємств:
 +комерційні та некомерційні
 приватні та державні
 національні та іноземні
 унітарні та корпоративні

Організація, в якій об'єднуються працівники для випуску товарів чи надання послуг з метою отримання прибутку – це...
 спілка
 виробничої сфери
 група
 +підприємство

Підприємства, що виробляють товари, належать до...
 невиробничої сфери
 +виробничої сфери
 сільськогосподарських підприємств
 промислових підприємств

Підприємство, засноване на власності колективу, або об'єднання громадян – це...
 державне підприємство
 +колективне підприємство
 спільне підприємство
 приватне підприємство

Підприємство, засноване на власності однієї особи – це...
 колективне підприємство
 +приватне підприємство
 мале підприємство
 державне підприємство

Резюме у бізнес-плані це:
 зміст бізнес-плану
 перелік розділів
 опис бізнес-ідеї
 +короткий опис основних положень бізнес-плану

До суб'єктів підприємницької діяльності не відносяться:
 фізичні особи
 юридичні особи
 +органи місцевого самоврядування
 об'єднання підприємств

Займатися підприємництвом фізична особа може:
 з 16 років
 з 21 року
 +з 18 років
 не має значення, але за умови наявності професійних знань

До господарських товариств в Україні не відносяться:
 акціонерні товариства
 командитні товариства
 +воєнізовані формування
 товариства з додатковою та обмеженою відповідальністю

Основний документ, що регулює кредитні відносини між підприємством та банком:
 кредитна заява
 +кредитний договір
 кредитні умови
 кредитні зобов'язання

Лізинговий кредит – це:
 надання суб'єктами господарювання взаємного кредиту у вигляді відстрочки платежу за продані товари й надані послуги
 надання суб'єктами господарювання взаємної відстрочки платежів за товарно-матеріальні цінності
 +взаємна передача суб'єктами господарювання матеріальних цінностей на умовах оренди
 надання банком кредиту на умовах відстрочки платежу

До об'єктів лізингу не належать:
 машини та обладнання
 засоби обчислювальної техніки
 +земельні ділянки та інші природні об'єкти
 виробничі будівлі та споруди

До операційної діяльності підприємства відносять:
 операції, що пов'язані з виробництвом або реалізацією продукції
 основну, фінансову та інвестиційну діяльність
 +основну діяльність та інші операції, що не належать до фінансової або інвестиційної діяльності
 звичайну та надзвичайну діяльність підприємства

Тимчасове статутне об'єднання підприємств із метою досягнення його учасниками певної спільної господарської мети це:
 промислово-фінансова група
 корпорація
 +консорціум

концерн

За кількістю працюючих підприємства поділяються на:

+малі, середні, великі
підприємства, об'єднання
приватні та державні
колективні та одноосібні

Які характерні ознаки комерційного підприємства:

розвивається за рахунок власних коштів
+займається діяльністю, що приносить прибуток
функціонує за рахунок власних коштів і розвивається за рахунок прибуткової діяльності
працює на благо країни.

Укажіть, за якою характеристикою визначають спеціалізацію підприємства:

структура витрат
структура основних виробничих фондів
+структура товарної продукції
номенклатура виробів підприємства

В умовах ринкової економіки базовими завданнями держави є:

створення правової системи
антимонопольна діяльність
перерозподіл прибутків підприємств
+забезпечення конкуренції

Модель ціни – це

+найбільш принципова форма виразу ціни як економічної категорії
процес встановлення і розробки ціни на товари та послуги
становище в економіці, при якому ціни на окремі товари і послуги (цінності) визначаються
урядовими органами
метод встановлення цін, при якому вони формуються таким чином, щоб одержати бажаний
або якомога більший рівень доходу на вкладений капітал

Коли застосовується персональний продаж?

+коли йдеться про значні замовлення та прямий канал розподілу «виробник – покупець»
коли йдеться про замовлення не прямого каналу розподілу
коли йдеться про значні замовлення та прямий канал розподілу «виробник – посередник –
покупець»
по бажанню покупця

Різновидом вільних цін у підприємницькій діяльності є:

+ціни каталогу
еквівалентна ціна
оптові ціни
ціна підтримки

Кооперування виробництва – це:

зосередження діяльності підприємства на випуск обмеженої номенклатури виробів або
технологічно однорідної продукції

+форма техніко-економічних зв'язків підприємств, які спеціалізуються на виготовленні окремого товару
 технологічне поєднання взаємопов'язаних різнорідних виробництв однієї або декількох різних галузей промисловості в рамках одного підприємства
 процес зосередження засобів виробництва, землі й трудових ресурсів на одному підприємстві з метою збільшення обсягів випуску продукції

Диверсифікація виробництва – це:

характеризує часткове або повне перепрофілювання підприємства на виробництво іншої продукції під впливом зміни ринкового середовища

+це одночасний розвиток багатьох технологічно не пов'язаних між собою видів виробництва на одному підприємстві

процес утворення широкої мережі малих та середніх підприємств і поділу існуючих великих підприємств

процес випуску різнорідної продукції на підприємстві за рахунок послідовності виконання технологічних стадій обробки сировини та комплексного використання відходів виробництва

Яка із зазначених ознак не відповідає становищу підприємця в ринковій економіці:

головний мотив діяльності – одержання прибутку

+розподіл відповідальності за результати діяльності між підприємством і державою
 мінімально необхідний ступінь державного втручання у діяльність підприємства

повна автономія і самостійність підприємства

До основних функцій підприємництва в ринковій економіці не належить:

виготовлення конкурентоспроможної продукції, що відповідає поточним потребам споживачів

створення додаткових або нових місць праці

+законодавча

охорона здоров'я працівників за захист навколишнього середовища

До загальних ознак підприємства не слід відносити:

володіння правами юридичної особи та відсутність у своєму складі інших юридичних осіб

специфічність господарської діяльності, що спрямована на виробництво продукції чи надання послуг

ведення автономного бухгалтерського обліку і складання балансу

+обов'язкова наявність товарного знаку

Які суб'єкти господарювання, що господарюють на споживчому ринку, не є юридичними особами:

холдингові компанії

кооперативи

повні товариства

+приватні особи

Основним законодавчим документом, що регулює підприємницьку діяльність в Україні є:

+Господарський кодекс України

статут

колективний договір

патент

Підприємство вважається створеним і набуває прав юридичної особи з моменту:
 відкриття розрахункового рахунка в банку
 укладення і підписання установчих документів
 +державної реєстрації
 виготовлення власної печатки

Правовий акт, що регулює нарівні з нормами чинного законодавства правову основу діяльності підприємства з приводу його індивідуальної діяльності та взаємовідносин з іншими суб'єктами господарювання це:

Господарський кодекс України
 +статут
 колективний договір
 патент

Колективний договір – це угода між:
 акціонерами щодо розподілу прибутків акціонерного товариства
 +трудовим колективом підприємства та адміністрацією або власником
 засновниками товариства з обмеженою відповідальністю
 колективом підприємства та галузевим міністерством

Колективний договір укладається:
 лише на державних підприємствах
 +на всіх підприємствах, де використовується наймана праця
 лише на підприємствах, де частка держави у майні становить більше 50%
 на всіх промислових підприємствах

Зазначте помилкове твердження:
 за метою та характером діяльності підприємства поділяються на комерційні та некомерційні
 +за формою власності майна підприємства поділяються на приватні, колективні, державні, національні та кооперативні
 від способу утворення та формування статутного фонду підприємства поділяються на унітарні та корпоративні
 за кількістю працюючих та обсягу валового доходу підприємства поділяються на великі, середні та малі

Кредитування – це:
 забезпечення наявним грошовим капіталом для використання в комерційних цілях
 надання з бюджету у безповоротному порядку коштів на видатки, пов'язані зі здійсненням державних замовлень, виконанням державних програм, утриманням державних і комунальних установ та організацій
 +економічні відносини, які пов'язані з видачею підприємству коштів у тимчасове користування, на строго визначені цілі, за певну плату та на умовах повернення надання з бюджету у тимчасове користування коштів на видатки, пов'язані зі здійсненням державних замовлень, виконанням державних програм

Комерційний кредит відрізняється від банківського кредиту:
 надається в різних формах
 в ролі кредитора виступають спеціалізовані кредитно-фінансові організації
 +надається тільки в товарній формі
 не відрізняється

II рівень

Згідно із законодавством України критеріями віднесення підприємства до категорії «мале підприємство» є:

- +чисельність працюючих та річний обсяг обороту
- сфера підприємництва та форма власності
- вартість активів та величина прибутку
- чисельність працюючих, річний обсяг обороту та вартість активів

Розрізняють такі форми виробничого підприємництва:

- +традиційна, інноваційна
- основна, допоміжна
- комерційна, посередницька
- виробнича, торговельна

Управління ризиком у підприємницькій діяльності передбачає:

- +оцінку ступеня ризику, розробку заходів щодо його зниження, практичну реалізацію запланованих заходів
- страхування підприємницької діяльності
- визначення найбільш типових ризиків для діяльності даної фірми, а також специфічних ризиків
- проведення попередніх досліджень та розрахунків підприємницької діяльності

Сучасний етичний кодекс підприємця включає такі позиції:

- +гуманізм, новаторство, цілеспрямованість, турбота про екологію, прагнення до конкуренції
- вміння «подати себе», ділова хватка, вміння вести переговори
- повага до старших, дітей, жінок, почуття меценатства
- відповідна професійна освіта та підприємницький досвід

Згідно із екологічним законодавством України підприємець несе відповідальність за:

- невиконання договірних господарських угод
- порушення прав власності
- недотримання правил безпеки та виробництво і реалізацію неякісної продукції
- +порушення нормативів екологічної безпеки, гранично допустимих рівнів негативного впливу (викидів, забруднення тощо)

Основними правами споживачів, відповідно до законодавства, є:

- +державний захист своїх інтересів, гарантований рівень споживання, належна якість продукції, відшкодування збитків тощо
- вільний найм на роботу, право на купівлю товарів і послуг, право займатися підприємницькою діяльністю
- право на самовизнання, право обирати та бути обраним, право звернення до державних органів
- повернення будь-якого товару продавцю, право «торгуватися» за ціну

Ступінь відповідальності підприємця перед кредиторами залежить від:

- кількості співвласників, найманих працівників
- +конкретної організаційно-правової форми

виду підприємницької діяльності
розмірів підприємства

Неетичними діями підприємця щодо інвесторів є:
+використання інвестицій в особистих інтересах
неефективне використання інвестиційних ресурсів
збиткова діяльність підприємця
низька оплата праці працівників

Основними етичними рисами підприємця під час ведення ділових переговорів є:
демонстрація самовпевненості та знань в усіх сферах бізнесу, власних сильних сторін
приховування своїх думок, конфіденційність, «зворотливість»
+увага до думки опонента, делікатність
хитрість, ділова хватка, невеликий тиск на опонента

Домовленість двох або більше сторін, спрямована на встановлення, зміну або припинення
цивільних прав та обов'язків – це...:

+договір
ліцензія
заява
установчий договір

Перевагами одноосібного володіння є:
+простота господарювання, свобода в прийнятті рішень, оперативність
колективна відповідальність, невеликі масштаби діяльності
повна відповідальність власника
обмежені ресурсні можливості

Недоліками одноосібного володіння є:
простота господарювання, свобода в прийнятті рішень, оперативність
колективна відповідальність, невеликі масштаби діяльності
+повна відповідальність власника
складність професійного управління

Перевагами партнерства є:
+розширені ресурсні можливості
простота господарювання, свобода у прийнятті рішень, оперативність
можливість об'єднання з іншими підприємствами
необмежена відповідальність засновників

Недоліками партнерства є:
+можливість конфліктів між засновниками
негнучкість управління
розподіл відповідальності між партнерами
обмежені можливості щодо розвитку бізнесу

Перевагами корпорації є:
+можливість залучення необмеженої кількості додаткових ресурсів
відсутність конкретного власника
професійність та швидкість прийняття рішень

масштаби господарювання.

Недоліками корпорації є:

- +подвійне оподаткування
- обмежені можливості щодо розвитку бізнесу
- неефективний менеджмент
- відсутність нормативної бази щодо функціонування корпорацій

Перевагами об'єднань підприємств є:

- +розширені ресурсні можливості щодо господарювання
- можливість створення структури управління та системи менеджменту
- великий розмір
- монопольне становище на ринку

Недоліками об'єднань підприємств є:

- +складність управління, неузгодженість дій учасників
- великий розмір
- невизначеність строків існування
- монопольне становище на ринку

Засновниками господарського товариства в Україні можуть бути:

- підприємства та фізичні особи України
- будь-які фізичні та юридичні особи
- фізичні та юридичні особи України та інших країн, а також міжнародні організації
- +фізичні та юридичні особи України, а також юридичні особи інших країн

Першим етапом у створенні підприємства є:

- +зародження підприємницької ідеї
- підготовка установчих документів
- державна реєстрація підприємства
- відкриття рахунку в банку

Який найперший фактор визначає зміст та структуру бізнес-плану:

- +цілі розробки та аудиторія, якій адресовано бізнес-план
- розміри та сфера майбутнього бізнесу
- споживацька аудиторія
- рентабельність бізнесу

Бізнес-план не потрібен у таких ситуаціях:

- при отриманні кредиту
- при реорганізації, реконструкції підприємства
- при реалізації інвестиційного проекту
- +при продажі підприємства

Установчими документами підприємства є:

- статут і рішення зборів засновників про створення підприємства
- статут і бізнес-план
- +статут і засновницький договір
- статут і свідоцтво про реєстрацію підприємства

Основним органом реєстрації суб'єктів підприємництва згідно із законодавством України є:
 фіскальна служба
 обласна (районна) державна адміністрація
 +державний реєстратор
 ліцензійно-реєстраційна палата

Найбільш розповсюдженим принципом розподілу прибутку між засновниками товариства є:
 +пропорційно їхнім часткам у статутному фонді
 відповідно кваліфікації та досвіду
 відповідно до займаної засновником посади в товаристві
 відповідно до ділового вкладу засновника в загальну справу

Документ фінансової звітності, що відображає джерела формування грошових коштів підприємства та напрями їх використання у грошовому вираженні на певну дату, – це:
 звіт про фінансові результати
 звіт про прибутки та збитки
 +звіт про рух грошових коштів
 бухгалтерський баланс

Вид нематеріальних активів, що представляють собою графічний символ, напис або їх поєднання, що дають можливість відрізнити товари та послуги одних юридичних і фізичних осіб від однорідних товарів і послуг інших виробників, називається:
 патентом
 іміджем
 +торговою маркою
 ліцензією

Метод входження в бізнес в основі якого лежить ліцензія на право використання «імені бізнесу» широко відомої компанії називається:
 лізинг
 +франчайзинг
 оренда
 дистрибуція

Підприємство, що ґрунтується на власності його трудового колективу, а також кооперативу, іншого статутного товариства або громадської організації:
 +колективне
 комунальне
 казенне
 приватне

Товариство, всі учасники якого займаються спільною підприємницькою діяльністю і несуть солідарну відповідальність за зобов'язання підприємства всім своїм майном:
 акціонерне товариство
 +повне товариство
 товариство з обмеженою відповідальністю
 командитне товариство

Товариство, яке, поряд із членами з повною відповідальністю, включає одного чи більше учасників, відповідальність котрих обмежується особистим внеском у майно такого товариства:

акціонерне товариство
повне товариство
+товариство з обмеженою відповідальністю
командитне товариство

До якого виду слід віднести кредит, у якому об'єктом позики є не гроші, а визначена сума вартості в товарній формі, тобто продаж товару одним підприємцем іншому з відстрочкою платежу?

кредит споживчий
кредит міжнародний
+кредит комерційний
кредит банківський

Лізинг – це

найпоширеніша форма інтеграцій малого і великого підприємництва у галузі збуту запозичений фірмою-оператором капітал
+форма довгострокової оренди, де орендовачем є лізингова компанія
об'єднання зусиль для спільних завдань

Відповідальність підприємця своїм майном за результати господарювання: продукцією (послугами), які підлягають реалізації на ринку, та прибутком, який залишається у розпорядженні підприємця після внесення платежів, встановлених законодавством – це:

економічна відповідальність
+економічна самостійність
економічна рівноправність
економічний інтерес

Форма реалізації потреби, користь, вигода, яка досягається у процесі реалізації економічних відносин – це.:

економічна відповідальність
економічна самостійність
економічна рівноправність
+економічний інтерес

До акціонерних товариств належать:

товариство з обмеженою відповідальністю
+публічні акціонерні товариства
командитні товариства
повні товариства

Товариство, що має статутний капітал, поділений на частки, розмір яких визначається установчими документами та учасники товариства несуть відповідальність у межах їх вкладів – це...:

акціонерне товариство
командитне товариство
+товариство з обмеженою відповідальністю
повне товариство

Товариство, що має статутний капітал, поділений на частки, розмір яких визначається установчими документами та учасники товариства несуть відповідальність за його боргами своїми внесками до статутного капіталу, а коли цих сум недостатньо – додатково належним їм майном у розмірі, кратному до внеску кожного учасника – це...:

- +товариство з додатковою відповідальністю
- командитне товариство
- товариство з обмеженою відповідальністю
- повне товариство

Товариство, яке включає поряд з учасниками або більшістю учасників, які несуть відповідальність за зобов'язаннями товариства всім своїм майном, також одного або більше учасників, відповідальність яких обмежується вкладом у майно товариства (вкладників) – це...:

- товариство з додатковою відповідальністю
- +командитне товариство
- товариство з обмеженою відповідальністю
- повне товариство

Метою будь-якого маркетингового дослідження підприємця є:

- +оцінка наявної кон'юнктури ринку
- прогнозування тенденцій розвитку ринку
- зниження фінансового ризику підприємства
- вдосконалення системи управління персоналом фірми

До основних інструментів маркетингових комунікацій малого підприємництва належать:

- реклама на телебаченні
- біл-борди, сіті-лайти та пілари
- +персональний продаж
- зв'язки з громадськістю

Комплекс маркетингу підприємця включає:

- дослідження ринку, розподіл продукції та ціну продукції
- +товар, ціну товару, розподіл продукції, просування
- ціну товару, паблік рілейшнз, перший рівень товару та реклами
- товар, ціну, просування та прямий маркетинг

Розподіл ринку на чіткі групи споживачів, для кожної з яких можуть знадобитися окремі товари та комплекси маркетингу – це процес:

- регулювання ринку
- +сегментація ринку
- класифікації ринку
- позиціювання товару на ринку

Сегмент ринку характеризується:

- стабільною конкурентоспроможністю продукції
- +попитом споживачів, який є однорідним за характером
- диференційованим попитом споживачів
- різноманітними потребами споживачів

Позиціонування товарів – це:

+забезпечення товару чітко відокремленого місця на ринку і у свідомості споживачів
 детальний аналіз характеристик товарів і послуг, які реалізують і надають конкуренти
 технологія викладки товарів у роздрібній мережі
 визначення конкурентоспроможності товару

Для етапу виведення товару на ринок властива:

+інформативна реклама
 переконуюча реклама
 нагадувальна реклама
 порівняльна реклама

Задачею переконуючої реклами є:

надання інформації про новий товар
 +спонукання покупців придбати товар данної фірми, а не конкурента
 нагадування про те, де можна придбати товар
 нагадування про те, що товар є на ринку

Порівняльна реклама є різновидом:

інформативної реклами
 +переконуючої реклами
 нагадувальної реклами
 прямої реклами

Реклама – це :

будь-яка платна форма особистого представлення та просування товару від імені відомого спонсору
 +будь-яка платна форма неособистого представлення та просування товару від імені відомого спонсору
 будь-яка платна форма неособистого представлення та просування товару від імені невідомого спонсору
 будь-яка форма неособистого просування товару виробниками

Спеціальна інформація про осіб чи продукцію, що розповсюджується в будь-якій формі та в будь-який спосіб з метою прямого чи опосередкованого одержання прибутку?

текст
 повідомлення
 тлумачення
 +реклама

Тип реклами, направлений на покращення репутації фірми, прямо не пов'язаний з рекламою якої-небудь конкретної продукції?

реклама
 +інституціональна реклама
 непряма реклама
 інформативна реклама

Неявна реклама, рекламування товарів та послуг через інтерв'ю, публікації, радіо і телепередачі, в яких згадується рекламований товар?

реклама

інституціональна реклама
 +непряма реклама
 інформативна реклама

Реклама, яка створює первинний попит та інформує споживача про існування товару, його властивості?

реклама
 інституціональна реклама
 непряма реклама
 +інформативна реклама

Щодо виробів підприємств м'ясо-молочної промисловості діють такі ціни:

фіксовані
 договірні
 +регульовані та договірні
 регульовані та фіксовані

Ціна на електроенергію – це приклад:

+регульованої ціни
 фіксованої ціни
 вільної ціни
 договірної ціни

Ціна не може формуватися за таким складом:

+собівартість + акциз
 собівартість + прибуток + акциз + ПДВ
 собівартість + прибуток + ПДВ
 собівартість + прибуток

Роздрібною називається ціна, за якою продукція реалізується:

+населенню
 виробничому споживачу
 усередині підприємства
 посередникам

Укажіть, хто входить до трудових ресурсів підприємства:

частина працездатного населення, що за своїми віковими даними відповідає вимогам стосовно зайнятості у певній сфері діяльності
 сукупність робітників різних професійно-кваліфікаційних груп, які зайняті на підприємстві та входять до його спискового складу
 працездатне населення, діяльність якого спрямована на створення продукту
 +сукупність працівників підприємства, що зайняті у виробництві продукції.

Причини невдач у малому бізнесі:

незмінність керівництва фірмою
 +некомпетентність
 шкідливі звички
 форма власності

Розвиток малого підприємництва є умовою рішення наступної проблеми:

висока господарська культура
 платоспроможність партнерів
 +додаткові робочі місця
 рівень організаційно-економічних і правових знань підприємців

Виробниче підприємництво – це:
 залучення і використання грошових коштів
 самостійний вид діяльності
 +процес виробництва товарів і надання послуг
 здійснення робіт

Які залучені кошти є для підприємства найдешевшими
 +дебіторська заборгованість
 позика банку
 кредиторська заборгованість
 амортизація

Які елементи витрат підприємства не відносяться до змінних витрат:
 витрати на сировину
 витрати на паливо
 +орендна плата
 оплата праці виробничого персоналу

Стимулююча функція ціни для виробника нової продукції в основному проявляється через:
 +встановлення в ціні більш високого рівня прибутку
 збільшення самої ціни
 зменшення ставки ПДВ
 збільшення ставки акцизного збору

Стимулююча функція ціни для споживача проявляється у:
 зниженні рівня рентабельності
 випереджувальному збільшенні ціни над якістю продукції
 зниженні споживчих властивостей товару
 +зниженні ціни в розрахунку на одиницю споживчої властивості товару

Перед складанням річної фінансової звітності необхідно:
 провести звірку заборгованостей із усіма контрагентами і скласти відповідні акти
 +провести інвентаризацію активів та зобов'язань
 скласти повну шахову оборотну відомість
 розрахуватися за всіма зобов'язаннями

Джерелами інформації для складання Звіту про рух грошових коштів є:
 бухгалтерські рахунки
 регістри обліку
 економічні показники роботи підприємства
 +облікові регістри за рахунками обліку грошових коштів

Облікову політику підприємства розкривають у:
 балансі
 звіті про фінансові результати

звіті про рух грошових коштів
+примітках до фінансових звітів

Які підприємства подають консолідовану фінансову звітність?

малі підприємства
іноземні представництва
великі підприємства
+підприємства, що мають дочірні підприємства

Періодичність подання Звіту про рух грошових коштів така:

щомісяця
щокварталу
раз на півріччя
+раз на рік

За якою ознакою розрізняють статистичну, фінансову, податкову, спеціальну, внутрішньогосподарську звітність?

терміном подання
+змістом і джерелами формування
ступенем узагальнення
обсягом

Що не є якісною характеристикою фінансової звітності?

зрозумілість
+обов'язковість подання
достовірність
порівнянність

Звітність, у якій інформація наводиться на певну дату, містить:

+моментні показники
інтервальні показники
проміжні показники
якісні показники

За характером спрямування розрізняють звітність:

+внутрішню і зовнішню
типову і галузеву
повну і скорочену
річну і проміжну

Інформація, якщо вона впливає на економічні рішення користувачів шляхом надання допомоги в оцінюванні ними минулих, нинішніх чи майбутніх подій, є:

зрозумілою
+доречною
суттєвою
достовірною

Основні завдання організації стратегічного планування підприємницької діяльності (у випадках використання традиційного підходу) полягає в:

створення призначених для користувача структур і забезпечення її функціонування

створення суспільного виробництва підрозділу на підприємстві
 +залучення до процесу планування керівників і всіх працівників підприємства (лінійних і функціональних)
 розробка альтернативних планів

Місію підприємницької діяльності в широкому трактуванні розглядають як:
 філософія підприємства, яка визначає принципи та цінності, згідно яким підприємство здійснює свою діяльність
 якісні і кількісні орієнтири діяльності підприємства
 сформульований сенс існування підприємства
 +словесне вираження загальної і специфічної стратегії підприємства

Яке з перерахованих напрямків не є напрямом державної підтримки та регулювання підприємництва:
 формування нормативно-правової бази підтримки і розвитку підприємництва
 +формування державної програми виробництва екологічно чистих продуктів
 вдосконалення системи фінансової підтримки малого підприємництва
 вдосконалення нормативної бази щодо підтримки малого та середнього підприємництва

Виберіть найбільш повне визначення комерційної угоди:
 угоду між двома сторонами, яке здійснюється в безготівковому вигляді відповідно до прийнятих умов
 контракт між декількома сторонами на поставку товарів без залучення грошових коштів в готівковому або безготівковому вигляді
 +угоду між двома або кількома сторонами на поставку товарів, виконання робіт або послуг відповідно до прийнятих умовами
 угоду між двома сторонами про виготовлення продукції

Що з нижче перерахованого не є характерною рисою підприємницької діяльності:
 самостійність і незалежність господарюючих суб'єктів, що діють в рамках правових норм
 +творчий потенціал суспільства
 економічна зацікавленість, яка має на меті отримання прибутку
 забезпечення персоналу заробітною платою

Що з нижче перерахованого не є особливістю підприємницької діяльності:
 підприємництво – це невід'ємна частина господарської діяльності підприємств
 +підприємництво – це одна з організаційно-правових форм підприємств
 підприємництво – це процес створення чогось нового, вічний пошук поліпшення свого становища, форм і методів розвитку
 підприємництво – це розвиток творчого потенціалу працівників

До синтетичних засобів маркетингових комунікацій відносять:
 брендинг, мерчендайзинг, PR, рекламу
 +брендинг, спонсорство, ярмарки, мерчендайзинг
 спонсорство, PR, прямий продаж, брендинг
 рекламу, PR, брендінг, особистий продаж

Банкрутство – це:
 +фінансова неспроможність підприємства, визнана у судовому порядку
 фінансова неспроможність підприємства, визнана кредиторами

нездатність задовольнити вимоги кредиторів у встановлені терміни
фінансова незалежність

Реструктуризація підприємства стосовно управління його пасивами, називається:
економічною
управлінською
стратегічною
+фінансовою

Під економічною загрозою розуміють:

+потенційну подію, настання якої може призвести до зниження або повної втрати прибутку
рівень витрат, який виражається можливістю не досягти поставленої мети
процес виявлення потенційних економічних загроз і розробка адекватної системи заходів
протидії

потенційна подія, настання якої може призвести до руйнування підприємства

«Підприємництво» і «бізнес» - це:

тотожні за змістом і суттю поняття

+«бізнес» - поняття дещо ширше від підприємництва

«підприємництво» - поняття дещо ширше від «бізнесу»

в західних країнах - «бізнес», в Україні – «підприємництво»

Виробниче підприємництво – це:

залучення і використання грошових коштів

самостійний вид діяльності

використання творчих можливостей

+здійснення робіт і надання послуг

Фінансова стратегія підприємницької діяльності – це:

+визначення довготривалого курсу в галузі фінансів підприємства, спрямованого на
вирішення великомасштабних завдань

вирішення завдань конкретного етапу розвитку фінансів підприємства

залучення і використання грошових коштів

розробка нових форм і методів розподілу грошових коштів підприємства

Обсяг витрат підприємця формують:

верхню межу ціни

+нижню межу ціни

прибуток підприємства

валовий дохід підприємства

Чим еластичніший попит, тим:

+вищу ціну може встановити продавець

нижчу ціну може встановити продавець

виникає більша необхідність додаткового дослідження ринку

ціни не як не змінюються

Податок, який включається в ціни високорентабельних товарів розкоші і у остаточному
підсумку сплачується покупцем – це:

податок на додану вартість

торговельна надбавка
+акцизний збір
націнка посередника

III рівень

Для всіх господарських товариств спільним є те, що вони діють на основі:
статуту та установчого договору
установчого договору
+статуту
бізнес-плану

Які нові форми породжує перехід до інноваційної моделі підприємницької діяльності?
мерчандайзинг
лізинг
факторинг
+технопарки

До головних груп товарів у промисловому маркетингу підприємця відносять:
побутову хімію
заморожені харчові напівфабрикати
+товари виробничо-технічного призначення
послуги освітніх закладів

Державний контроль за дотриманням прав споживачів здійснює:
господарський та інші суди
місцеві адміністрації та органи місцевого самоврядування
+Державна інспекція України з питань захисту прав споживачів
Міністерство України із захисту прав споживачів

За допомогою яких засобів стимулюють споживачів:
проведення сумісної реклами
+товари, що продаються за пільговими цінами
заліки за закупку
премії

За допомогою яких засобів стимулюють сферу торгівлі:
товари видаються безкоштовно
+заліки дилерам за введення товару в номенклатуру
товари, що продаються за пільговими цінами
розповсюдження акційних купонів

Для реалізації великомасштабного та капіталомісткого проекту доцільно було б утворити:
індивідуальне підприємство
товариство з обмеженою відповідальністю
+корпорацію
командитне товариство

Індивідуальне підприємництво найбільш доцільно започаткувати у такій справі, як:

будівельна компанія
 виробництво високоточних електронних приладів
 видавництво дитячої літератури
 +виробництво кондитерських виробів

Майнова угода між двома або більше суб'єктами господарювання, зміст якої є зобов'язання майнового характеру у сфері господарської діяльності при виготовленні та реалізації продукції, виконанні робіт, наданні послуг тощо – це...:

+господарський договір
 ліцензія
 патент
 установчий договір

Документ, відповідно до змісту якого одна сторона передає другій стороні у власність майно довічно, і друга сторона взамін цього зобов'язується періодично виплачувати першій стороні грошові кошти у формі певної грошової суми або в іншій формі – це договір ...:

оренди
 дарування
 +ренти
 поставки

Ставка податку на прибуток підприємця-фізичної особи, що використовує загальну систему оподаткування становить:

15 %
 25 %
 5 %
 +18 %

Які ставки податку на додану вартість, передбачені Податковим кодексом України:

25%
 25%, 20%, 0%
 15%, 10%
 +20%, 7% і 0%

Ставки єдиного податку для фізичних осіб-підприємців встановлюють:

Верховна Рада України
 земельний відділ
 +місцеві органи самоврядування
 самостійно платники податків

До першої групи платників єдиного податку належать:

фізичні особи – підприємці, які використовують працю найманих осіб, здійснюють виключно роздрібний продаж і обсяг доходу яких протягом календарного року не перевищує 300 000 грн

+фізичні особи – підприємці, які не використовують працю найманих осіб, здійснюють виключно роздрібний продаж і обсяг доходу яких протягом календарного року не перевищує 300 000 грн

фізичні особи – підприємці, які не використовують працю найманих осіб, здійснюють виключно роздрібний продаж і обсяг доходу яких протягом календарного року не перевищує 500 000 грн

фізичні особи – підприємці та юридичні особи, які не використовують працю найманих осіб, здійснюють виключно роздрібний продаж і обсяг доходу яких протягом календарного року не перевищує 300 000 грн

Який розмір Єдиного соціального внеску для страхувальників встановлено на поточний рік:

36%

42%

37%

+22%

До якої групи єдиного податку відносять фізичних осіб підприємців, якщо річний ліміт доходу не перевищує 1,5 млн грн?

першої групи

+другої групи

третьої групи

четвертої групи

Ставка єдиного податку для юридичної особи (для платників і неплатників ПДВ)?:

2% та 3% суми виручки від реалізації продукції

3% та 4% суми виручки від реалізації продукції

+3% та 5% суми виручки від реалізації продукції

5% та 10% суми виручки від реалізації продукції

Яка ставка єдиного податку суми виручки від реалізації продукції для юридичної особи використовується у випадку сплати податку на додану вартість?

+3%

4%

5%

10%

Розмір ставки для другої групи платників єдиного податку:

+в межах до 20% розміру мінімальної заробітної плати

в межах до 10% розміру мінімальної заробітної плати

в межах до 50% розміру мінімальної заробітної плати

в межах до 40% розміру мінімальної заробітної плати

Надійність банківської установи для підприємця визначається:

за його місце розташуванням

за його розмірами та наявністю представництв в різних містах

за фінансовими показниками його діяльності

+за розрахунковими показниками ефективності його фінансової діяльності

Факторинг — це:

+фінансова операція, за якої «фактор-фірма» купує у своїх клієнтів їхні вимоги до контрагентів, протягом кількох (2-3) днів сплачує переважну більшість цих вимог авансом, а решту - лише після надходження до клієнта рахунку-оплати за певну винагороду

ефективний засіб прискорення кругообігу капіталу

фінансово-коопераційна послуга, яка передбачає попередню сплату банком вартості товарів товаровиробнику та при надходженні їх споживачу отримує гроші від покупця

фінансова операція, за якої «фактор-фірма» купує у своїх клієнтів їхні вимоги до контрагентів, протягом кількох (2-3) днів сплачує всі вимоги

Яке з наступних стверджень буде вірним у випадку, якщо бізнесмен купить акції корпорації:
 він дає свої гроші в борг корпорації
 він бере на себе відповідальність за борги корпорації
 йому гарантовано повернення грошей, сплачених за акції
 +він одержить право на часткове володіння власністю корпорації

Підприємство пропонує косметику для різних вікових груп жінок, тобто використовує при сегментації:

психографічні ознаки
 +демографічні ознаки
 географічні ознаки
 поведінкові ознаки

Підприємство пропонує різні програми заохочення постійних покупців у залежності від суми їх річних покупок, тобто використовує:

психографічні ознаки
 демографічні ознаки
 географічні ознаки
 +поведінкові ознаки

Яку суму податку на прибуток підприємець повинен сплатити на загальній системі оподаткування, якщо сума прибутку за звітний рік склала 250000 грн?

100000 грн
 +45000 грн
 50000 грн
 95000 грн

Власник магазину «Порцеляна» закупив у підприємства-виробника партію посуду на суму 20 тис. грн. Обґрунтувавши свою цінову політику, підприємець встановив на цей посуд торговельну надбавку в розмірі 35,2%. Весь посуд було продано протягом місяця. Розрахувати суму реалізованих торговельних надбавок та обсяг роздрібного товарообігу магазину за місяць.

7040 грн; 20000 грн
 +7040 грн; 27040 грн
 7040 грн; 12960 грн
 27040; 47040 грн

Петренко О.П. хоче вступити в повне товариство, яке вже існує три роки, але не має бажання відповідати по боргах товариства, які вже існують. Чи достатньо для реалізації бажання Петренко О.П. отримати згоду на свої умови всіх учасників цього повного товариства?

так
 +ні

так, за умови укладення додаткової угоди
 так, за умови внесення інформації до установчих документів

Громадянин Іваненко Ю.А. маючі намір займатися підприємницькою діяльністю надав Державному реєстратору за місцем проживання документи, а саме: заяву; паспорт

громадянина України; копію довідки про включення заявника до Державного реєстру фізичних осіб-платників податків та інших обов'язкових платежів; довідку про відсутність судимості; копію квитанції про сплату реєстраційного збору. Державний реєстратор, прийнявши та перевіривши надані документи через 5 робочих дні надав громадянину Іваненко Ю.А. свідоцтво про державну реєстрацію яким засвідчив факт набуття статусу підприємця фізичною особою та вніс відповідний запис до Єдиного державного реєстру юридичних осіб та фізичних осіб-підприємців. Визначте правильність прийнятих рішень державного реєстратора.

дії державного реєстратора правильні

дії державного реєстратора не правильні у частині термінів оброблення документів

дії державного реєстратора не правильні у частині пакету затребуваних документів

+дії державного реєстратора не правильні

ТДВ «Трембіта», що спеціалізується на виробництві та продажу чоловічого верхнього одягу, розробило нову модель та розпочало виробництво курток на шовковій підкладці. Першу партію курток було виготовлено в кількості 500 шт. Виготовлена партія надійшла в продаж до фірмового магазину «Трембіта» 1 квітня. Підприємство встановило роздрібну ціну однієї куртки в розмірі 2580 грн., сподіваючись отримати 30% прибутку від обсягу продажу. Визначити прогнозовану підприємством суму чистого прибутку від продажу партії курток.

317,34 тис. грн

322,5 тис. грн

387 тис. грн

+264,45 тис. грн

Декілька підприємців планують створити нове підприємство із залученням кредиту в банківській установі. Банк вимагає надання бізнес-плану як обов'язкового елемента при прийнятті рішення щодо виділення кредиту. Для цього Вам було надано таку інформацію: прогнозований обсяг реалізації продукції підприємством з урахуванням кон'юнктури ринку за рік складає 20 тис.од.; оптова ціна підприємства за одиницю продукції – 48 грн.; змінні витрати в розрахунку на одиницю продукції – 24 грн.; сума постійних витрат підприємства за рік – 155 тис.грн. Розрахувати обсяг реалізації продукції в точці беззбитковості. Визначити рентабельність продажу підприємства.

+6458 од., 33,9%

3229 од., 33,9%

6193 од., 20,9%

20000 од., 62,5%

Дані по діяльності приватного підприємства: обсяг реалізації продукції підприємством за один рік становив 22 млн. грн.; витрати на виробництво цієї продукції рівні 14 млн. грн.; відсотки за депозитами в банках становлять 780 тис. грн.; доходи з цінних паперів складають 408 тис. грн.; розмір орендної плати, яку виплачує приватне підприємство за те, що орендує приміщення, становить 402 тис. грн.; штрафи, які підприємство повинно сплатити за порушення договору – 625 тис. грн.; збитки підприємства від списання боргів рівні 12 тис. грн.; витрати на благодійність становлять 16 тис. грн. Виходячи з перерахованих вище даних, потрібно розрахувати балансовий прибуток підприємства, а також рентабельності продажів.

10187 тис. грн, 36,4%

10231 тис. грн, 40%

+8123 тис. грн, 36,4%

0187 тис. грн, 40%

Витрати, пов'язані зі впровадженням та функціонуванням нової системи маркетингу та логістики на приватному підприємстві, складають 2400 тис. грн. За рахунок даного оновлення відсоток продажів продукції на ринку зростає на 22%. Базовий рівень продажів даного підприємства становить 58 млн. грн. Собівартість реалізованої продукції дорівнює 44 млн. грн. Собівартість одиниці продукції знизиться за рахунок впровадження на 4,1%. Необхідно розрахувати рентабельність продажу до впровадження системи.

24,14%; 23,68%

31,81%; 23,68%

31,81%; 38,67%

+24,14%; 23,86%

Підприємство виготовляє один вид продукції. Зазначено, що ціна одиниці продукції становить 85 грн., змінні витрати підприємства на виготовлення даної одиниці продукції дорівнюють 35 грн., а постійні витрати підприємства становлять 2600 грн. Необхідно розрахувати точку беззбитковості в натуральному вираженні.

31 штука продукції

52 штуки продукції

52 штуки продукції

+52 штуки продукції

Підприємець прийняв рішення щодо диференційованого встановлення цін на послуги одного виду. При встановленні цінової сходинки була врахована різниця у собівартості послуг, різниця у оцінці споживачами їх якості, а також ціни конкурентів. Описана ситуація характерна для:

встановлення цін на доповнюючі товари

встановлення цін на обов'язкові комплектуючі

+встановлення цін у рамках товарного асортименту

встановлення цін за географічним принципом

Підприємство «К» використовує для збуту своєї продукції канал: «Виробник-оптовий посередник-споживач». Підприємство найбільш ймовірно випускає:

морозиво

цукерки

миючі засоби

+автомобілі

Підприємець, рекламуючи нове мило, робить акцент на тому, що до складу сировини входить близько 70% зволожуючого крему, тобто використовує стратегію позиціонування:

за ціною

за традиціями

за іміджем

+за особливими характеристиками

Посередник займається реалізацією товару, одержуючи при цьому винагороду з обох сторін, при чому він не надає кредиту та не має права власності на товар і не може закінчити угоду без офіційного погодження. Як називають такого посередника:

дилер

організатор

дистриб'ютор

+агент

Підприємству «Азот» потрібен посередник, який представлятиме фірму шляхом виїзду до покупців і пропонування їм товарів за наявними зразками та проспектами. Якого посередника шукає підприємство:

збутового агента
комісіонера
консультанта
+комівояжера

Основні види діяльності підприємця згідно з аналізом «ланцюжка цінностей»:

+логістика та виробництво
виробництво та споживання
розробка технології
управління персоналом

Допоміжні види діяльності підприємця згідно з аналізом «ланцюжка цінностей»:

маркетинг та реклама
виробництво та споживання
+розробка технології та управління персоналом
управління ресурсами

Керівництво підприємства прийняло рішення щодо диференційованого встановлення цін на послуги одного виду. При встановленні цінової сходинки була врахована різниця у собівартості послуг, різниця у оцінці споживачами їх якості, а також ціни конкурентів.

Описана ситуація характерна для:

встановлення цін на доповнюючі товари
встановлення цін на обов'язкові комплектуючі
+встановлення цін у рамках товарного асортименту
встановлення цін за географічним принципом

Де найбільше зосереджена частка рекламного бізнесу в сучасній Україні?

Харків
Львів
+Київ
Вінниця

Якими є характерні риси української реклами у 21 столітті?

спрямованість на російську рекламу, її заідеологізованість
+зростання кількості ЗМІ, рекламних агентств, концентрація рекламного бізнесу у столиці
недостатній розвиток інфраструктури, преса як лідер рекламного ринку
власна національна специфіка, перевага національних рекламодавців

Як зміняться статті Балансу внаслідок збільшення справедливої вартості частини основних засобів на дату балансу:

збільшиться балансова вартість основних засобів
+збільшиться балансова вартість основних засобів і стаття «Інший додатковий капітал»
оцінка статей не зміниться
зменшиться балансова вартість основних засобів

Фінансові витрати пов'язані з придбанням (створенням) необоротних активів:

завжди списуються на витрати періоду

завжди капіталізуються

залежно від прийнятої облікової політики можуть капіталізуватись або списуватись на витрати звітного періоду

+капіталізується лише сума тих фінансових витрат, яких можна було б уникнути, якби не здійснювались витрати на створення кваліфікаційного активу

Фінансова звітність представляє правдиву інформацію, коли:

активи відображаються в балансі за їх справедливою вартістю

підприємство проходило аудиторську перевірку та має в наявності позитивний аудиторський висновок

+достовірно відображає фінансовий стан підприємства, що є достатнім для користувачів звітності для прийняття відповідного рішення

аудитори можуть підтвердити, що звітність не містить ні помилок, ні пропусків, а також немає ознак правопорушень

В обсяг виручки від реалізації товарів не включається:

резерв сумнівних боргів

сума збору до Пенсійного фонду від продажу ювелірних виробів

акцизний податок на роздрібний продаж алкогольних та тютюнових виробів

+все вище перераховане

У звіті про фінансові результати дохід відображається в момент:

вибуття активу або збільшення зобов'язань

+надходження активу або погашення зобов'язань

надходження активу або збільшення зобов'язань

вибуття активу або погашення зобов'язань

До якої групи платників єдиного податку відносяться фізичні особи – підприємці, які протягом календарного року не використовують працю найманих осіб та обсяг доходу у котрих не перевищує 300 000 гривень?

+перша група

друга група

третья група

четверта група

До якої групи платників єдиного податку відносяться фізичні особи – підприємці, які здійснюють господарську діяльність, мають до 10 найманих робітників, які перебувають з ними у трудових відносинах та обсяг доходу у них не перевищує 1 500 000 гривень?

перша група

+друга група

третья група

четверта група

До якої групи платників єдиного податку спрощеної системи оподаткування відносяться сільськогосподарські виробники?

перша група

друга група

третья група

+четверта група

До якої групи платників єдиного податку можуть входити юридичні особи?

- перша група
- друга група
- + третя група
- четверта група

Франчайзинг, який припускає, що ліцензіат одержує лише тільки право на продаж товарів фірми ліцензіара з її торговою маркою чи товарним знаком, називається:

- діловий франчайзинг (на вид діяльності)
- +товарний франчайзинг (на продаж товарів)
- виробничий франчайзинг (на виробництво товарів)
- корпоративний франчайзинг

Діяльність, при якій фірма, що володіє технологією виготовлення деякого продукту, продає заводам сировину для виготовлення, називається:

- діловий франчайзинг (на вид діяльності)
- товарний франчайзинг (на продаж товарів)
- +виробничий франчайзинг (на виробництво товарів)
- корпоративний франчайзинг

Сучасна форма організації франчайзингового бізнесу, при якій ліцензіат оперує не окремим підприємством, а мережею франшизних підприємств із використанням найманих менеджерів, це:

- діловий франчайзинг (на вид діяльності)
- товарний франчайзинг (на продаж товарів)
- виробничий франчайзинг (на виробництво товарів)
- +корпоративний франчайзинг

Спосіб розширення франшизної мережі, при якому діюче самостійне підприємство переходить на роботу за договором франчайзингу і приєднується до системи франшизних підприємств, що працюють під контролем одного ліцензіата, це:

- діловий франчайзинг (на вид діяльності)
- товарний франчайзинг (на продаж товарів)
- виробничий франчайзинг (на виробництво товарів)
- +конверсійний франчайзинг

Символ, термін, рисунок чи їх поєднання, призначене для ідентифікації продукції виробника і, що відрізняє її від товарів чи послуг конкурентів, забезпечені правовим захистом, це:

- +марка
- товарний знак
- ім'я
- слоган

Франчайзинг найбільш часто використовується на:

- побутові послуги з ремонту взуття
- будівельні роботи
- виробництво автопокришок
- +ресторанний бізнес

Укажіть основний недолік ділового франчайзингу:

обмежена сфера застосування, вузька спеціалізація ліцензіата

великі початкові витрати на придбання франшизи

+іноді надмірна регламентація діяльності придушує ініціативність ліцензіата

необхідність адаптації приватного підприємства до залежного положення

Банківські гарантії оплатити вексель у випадку непогашення його підприємством, що його випустило, називається:

кредитні умови

факторинг

франшиза

+аваль

Стягнення спеціалізованою компанією або банком грошових коштів з боржників свого клієнта і управління його борговими вимогами називається:

кредитні умови

+факторинг

лізинг

аваль

Продаж основних засобів фінансовій організації з одночасним зворотним отриманням таких основних засобів в оперативний або фінансовий лізинг – це:

+зворотна оренда

факторинг

франшиза

аваль.

Сукупність операцій, за допомогою яких продавець доводить товари і послуги до покупців, направляючи свої зусилля на заздальгідь визначену аудиторію і використовуючи багато засобів інформації і комунікації з метою одержання замовлення за телефоном, поштою, або безпосереднього візиту до клієнта, це:

сітьовий маркетинг

входження в бізнес шляхом виходу з великої компанії

+прямий маркетинг

спонсорство

Сукупність операцій, пов'язаних з придбанням цілісних майнових комплексів підприємства відносять до:

надзвичайної діяльності підприємства

іншої операційної діяльності

фінансової діяльності

+інвестиційної діяльності

Сукупність операцій, пов'язаних з наданням іншим особам в оренду приміщень або засобів праці відносять до:

надзвичайної діяльності підприємства

+іншої операційної діяльності

фінансової діяльності

інвестиційної діяльності

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

Основна:

1. Господарський кодекс України: прийнятий Верховною Радою України 16.01.2003 р. № 436-IV. Редакція від 06.11.2014 р. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/436-15/ed20141106>
2. Податковий кодекс України : прийнятий Верховною Радою України 02.12.2010 р. № 2755-VI. Редакція від 08.11.2014 р. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2755-17/ed20141108>.
3. Про захист економічної конкуренції: Закон України; прийнятий Верховною Радою України 11 січ. 2001 р. № 2210-III. Редакція від 11.08.201 р. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/406-18/ed20130704>.
4. Про зовнішньоекономічну діяльність: Закон України; прийнятий Верховною Радою УРСР 16.04.1991 р. № 959-XII. Редакція від 26.10.2014 р. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/959-12/ed20141026>.
5. Про інвестиційну діяльність: Закон України; прийнятий Верховною Радою України 18.09.1991 р. № 1560-XII. Редакція від 06.11.2014 р. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1560-12/ed20141106>.
6. Класифікатор видів економічної діяльності (КВЕД) ДК 009:2005, ДК 009:2010.
7. Методика інтегральної оцінки інвестиційної привабливості підприємства та організацій: Зареєстровано в Міністерстві юстиції України 31 березня 1998 р. (зі змін. та допов.). URL: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=z0214-98>.
8. Методика проведення поглибленого аналізу фінансово-господарського стану платоспроможних підприємств та організацій: Наказ Агентства з питань запобігання банкрутству підприємств і організацій від 21. 03.1997 N 81 від 27.06.97 (зі змін. та допов.). URL: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=z0288-97>.
9. Методичні рекомендації щодо виявлення ознак неплатоспроможного підприємства та ознак дії з приховання банкрутства чи доведення до банкрутства / Постанова Кабінету Міністрів України від 17.01. 2004р. №10. (зі змін. та допов.). URL: http://www.me.gov.ua/control/uk/publish/printable_article?art_id=161074
10. Національні стандарти бухгалтерського обліку: Закон України 1999, N 40, ст. 365(зі змін. та допов.). URL: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=996-14>
11. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні: Закон України від 16.08.99. (зі змін. та допов.). URL: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=996-14>
12. Про господарські товариства: Закон України № 1576-XII від 19.09.1991 (зі змінами та допов.). URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1576-12>
13. Про затвердження Методики оцінки вартості майна під час приватизації : Постанова Кабінету Міністрів України від 12 жовтня 2000р. N1554. (зі змін. та допов.). URL: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=1554-2000-%EF>
14. Про затвердження Методики оцінки майна: Постанова Кабінету Міністрів України від 10 грудня 2003 р. N 1891(зі змін. та допов.). URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1891-2003-п>
15. Про захист прав споживачів: Закон України № 1023-XII від 12.05.1991 (зі змін. та допов.). URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1023-12>
16. Про інвестиційну діяльність: Закон України від 18.09.91. (зі змін. та допов.). URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1560-12>
17. Про лізинг: Закон України від 16.12.1997 № 723/97-ВР(зі змін. та допов.). URL: <http://www.uazakon.com/document/spart73/inx73284.htm>
18. Цивільний кодекс України: № 435-IV від 16.01.2003 (зі змін, та допов.). URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/435-15>

19. Алієва-Барановська В. М. Глобальний бізнес : навч. посіб. К.: Ліра-К, 2013. 560 с.
20. Варналій З.С. Основи підприємництва, навчальний посібник. Київ: Знання-Прес, 2006. 329с.
21. Гой І. В. Підприємництво : навч. посіб. К. : ЦУЛ, 2013. 368 с.
22. Калина А. В. Державна політика розвитку підприємництва в Україні. К. : Патерик, 2014. 498 с.
23. Скібіцька Л. І. Менеджмент підприємницької діяльності. Книга 1. Організація бізнесу: навч. посібник. К. : Кондор, 2009. 896 с.
24. Цигилик І.І., Криховецька З.М., Паневник Т.М. Основи підприємництва. Друге видання, перероблене та доповнене. К.: Центр учбової літератури, 2010. 224 с.
25. Шваб Л. І. Основи підприємництва: навч. посібник. К.: Каравела, 2006. 344 с.
26. Швайка Л. А. Планування діяльності підприємства. К. : Ліра-К, 2014. 268 с.
27. Шпак Н. О. Економічна стабільність суб'єктів господарювання в умовах хаотичного розвитку національної економіки України : навч. посіб. К. : Ліра-К, 2015. 288 с.

Додаткова:

1. Андріїв Н. М. Сутність та особливості підприємництва в системі внутрішньої торгівлі України. *Бізнес Інформ*. 2017. № 2 (469). С. 172-177.
2. Вітренко А., Петренко В. Інституціо-організаційні послуги в контексті підтримки розвитку підприємництва. *Банківська справа*. 2019. № 2. С. 87-100.
3. Владимірова М. С., Зубенко І. В. Підприємництво як фактор динамізму ринкової економіки. *Молодий вчений*. 2017. № 5, ч. 4. С. 517-521.
4. Гайдаєнко О. М. Дослідження сутності бізнес-процесів у підприємстві. *Причорноморські економічні студії*. 2019. Вип. 39, ч. 2. С. 94-98.
5. Гордей О. Д., Черевко Ю. Л. Особливості стратегії розвитку підприємництва в Україні. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2017. № 17. С. 266-270.
6. Гринько Т. В., Гвініашвілі Т. З. Методичний підхід до управління змінами в діяльності суб'єктів підприємництва. *Економіка України*. 2017. № 3. С. 59-66.
7. Громова А. М. Сучасний стан підприємництва в Україні: проблеми та перспективи розвитку. *Економіка. Фінанси. Право*. 2017. № 5, ч.1. С. 28-33.
8. Губені Ю. Е. Організаційні форми підприємництва та підприємство: інформованість сільського населення. *Інноваційна економіка*. 2019. № 5/6. С. 194-198.
9. Демиденко В. І. Перспективи розвитку спрощеної системи оподаткування малого підприємництва в Україні. *Економіка та держава*. 2018. № 10. С. 96-100.
10. Дудко П. М. Сучасні тенденції розвитку бізнес-технологій у підприємстві. *Проблеми економіки*. 2017. № 3. С. 170 – 174.
11. Кизим М. О., Чечетова-Терашвілі Т. М., Хаустова В. Є. Мале та середнє підприємництво в Україні: особливості та проблеми розвитку. *Бізнес Інформ*. 2019. № 10. С. 301-317.
12. Кир'язова Т. О. Особливості розвитку малого підприємництва в Україні. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2017. № 16. С. 145-149.
13. Коба О. В., Головань Ю. В., Кононенко А. С. Оподаткування суб'єктів малого підприємництва в Україні та за кордоном. *Причорноморські економічні студії*. 2018. Вип. 27, ч. 2. С. 132-136.
14. Колеснікова К. С., Маліновська І. А. Економічна безпека підприємництва у системі національної безпеки України. *Молодий вчений*. 2017. № 11, ч. 8. С. 1195-1197.
15. Корольова С. Г., Макалюк І. В. Вплив держави на розвиток підприємництва. *Підприємництво та інновації*. 2017. Вип. 4. С. 49-55.
16. Крахмальова Н. А. Франчайзинг як форма розвитку підприємництва соціально

вразливих верств населення. *Вісник Київського національного університету технологій та дизайну. Серія: Економічні науки*. 2018. № 3. С. 57-67.

17. Кривобок П. В. Розвиток соціального підприємництва в Україні. *Актуальні проблеми економіки*. 2018. № 2. С. 51-61.

18. Крук О. М., Балашова О. В., Гамора О. І. Удосконалення розвитку міжнародних економічних відносин і спільного підприємництва в сучасних умовах. *Бізнес Інформ*. 2018. № 11. С. 78-82.

19. Куряча Н. В. Наукові засади формування соціальних умов розвитку підприємництва та пенсійного забезпечення підприємців. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2016. Вип. 14. С. 820-823.

20. Кустріч Л. О. Підвищення ефективності діяльності як основа розвитку логістичного підприємництва в Україні. *Агросвіт*. 2020. № 3. С. 13-19.

21. Кучерова Г. Ю., Кравець О. В. Моделювання тенденції розвитку малого підприємництва України в умовах кризи. *Економіка та держава*. 2017. № 5. С. 19-23.

22. Лазоренко Т. В., Тимошук С. П. KAIZEN: японська стратегія для успішного розвитку українського підприємництва. *Молодий вчений*. 2018. № 12, ч. 2. С. 283-287.

23. Лозінська Ж. П. Зарубіжний досвід фінансово-кредитного забезпечення розвитку малого підприємництва. *Економіка і управління*. 2017. № 2. С. 83-90.

24. Лукашова Л. В. Бізнес-фасилітація малого підприємництва: види, тенденції, сучасна міжнародна практика. *Науковий погляд: економіка та управління*. 2018. № 3 (61). С. 34-42.

25. Мединська Т. В., Стройний І. М. Податкове регулювання розвитку малого підприємництва в Україні. *Інноваційна економіка*. 2018. № 9/10. С. 27-31.

26. Носкова С. А., Кузьменко О. М. Бізнес-план як інструмент інноваційного підприємництва в умовах міжрегіонального співробітництва. *Економіка та право*. 2017. № 2. С. 93-100.

27. Олейнікова Л. Г., Точиліна І. В. Спрощена система оподаткування в наративі проблем малого підприємництва в Україні. *Облік і фінанси*. 2019. № 2. С. 89-98.

28. Парсяк В., Солесвік М. Сучасні реалії гібридного підприємництва. *Економіст*. 2017. № 7. С. 7-11.

29. Паустовська Т. І. Історико-економічний шлях підприємництва. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2017. № 20. С. 12-17.

30. Попова Л. М. Адміністративно-правові засади контролю у сфері соціального підприємництва. *Міжнародний юридичний вісник: актуальні проблеми сучасності (теорія та практика). Серія: Право*. 2019. № 14. С. 71-78.

31. Правдюк Н. Л. Обліково-аналітичний супровід стратегії сталого розвитку підприємництва. *Економіка. Фінанси. Менеджмент: актуальні питання науки і практики*. 2019. № 4. С. 130-143.

32. Прокопенко Н. С., Скорик М. О. Проблеми фінансового забезпечення розвитку малого підприємництва в Україні. *Економіка і управління*. 2017. № 3. С. 109-114.

33. Пушкарчук І. М., Мишко О. А. Особливості розвитку та роль підприємництва різних сфер виробництва в економіці України. *Економічний форум*. 2017. № 2. С. 41-47.

34. Резнікова В., Стефанчук Р. Оцінка ризиків у підприємстві та управління ними. *Право України*. 2018. № 5. С. 101-115.

35. Романченко Ю. О. Облік та фінансова звітність суб'єктів малого підприємництва. *Економічний форум*. 2019. № 1. С. 180-183.

36. Ситник Й. С. Передумови змін моделей управління у підприємстві. *Регіональна економіка та управління*. 2019. № 2, ч. 2. С. 99-107.

37. Старух А. І. Сутність поняття «розвиток підприємництва в державному секторі економіки». *Інтелект XXI*. 2016. № 6. С. 143-152.

38. Точиліна І. В. Управління ризиками в оподаткуванні як фактор зниження тиску на суб'єктів малого та середнього підприємництва. *Актуальні проблеми економіки*. 2018. № 5/6. С. 64-70.

39. Шалімова Н. С., Кузьменко Г. І. Розвиток підприємництва в Україні та вплив системи оподаткування на позицію України в міжнародних рейтингах АХ. *Стратегія розвитку України*. 2017. № 1. С. 145-151.

40. Шахно А. Ю., Короленко О. Б., Лашкун Г. А. Розвиток підприємництва як важливий фактор підвищення якості людського капіталу. *Сталий розвиток економіки*. 2018. № 2. С. 173-180.

Інтернет-ресурси:

1. База українського законодавства в Інтернет. URL: www.lawukraine.com
2. Вінницька державна обласна універсальна наукова бібліотека ім. К.А. Тимірязєва. URL: www.library.vinnitsa.com
3. Велика економічна бібліотека. URL: www.economics.com.ua
4. Державний комітет статистики України. URL: www.ukrstat.gov.ua
5. Дніпропетровська обласна наукова бібліотека. URL: www.libr.dp.ua
6. Електронна бібліотека Львівської комерційної академії. URL: www.dev.lac.lviv.ua/lib
7. Електронна бібліотека. URL: www.lib.com.ua
8. Львівська електронна бібліотека ім. В. Стефаника. URL: www.lsl.lviv.ua
9. Міністерство економічного розвитку та торгівлі України. URL: www.me.gov.ua
10. Наукова бібліотека Донецького університету. URL: www.library.dongu.donetsk.ua
11. Національна бібліотека наукових видань. URL: www.library.if.ua
12. Національна бібліотека України ім. В.І. Вернадського. URL: www.nbuv.gov.ua
13. Національна парламентська бібліотека. URL: www.alpha.rada.kiev.ua
14. Наукова бібліотека ім. Максимовича. URL: www.lib-gw.univ.kiev.ua
15. Нормативні акти України. URL: www.nau.kiev.ua
16. Одеська державна наукова бібліотека ім. М. Горького. URL: www.ognb.odessa.ua
17. Офіційний сайт Чернівецької області. URL: www.bucoda.cv.ua

III. ОРГАНІЗАЦІЯ ТОРГІВЛІ

Метою навчальної дисципліни «Організація торгівлі» є: формування у студентів сучасного наукового світогляду і системи глибоких спеціальних знань про організацію і технологію торгових процесів і їх вплив на ефективність комерційної діяльності суб'єктів ринкових відносин, вироблення вмінь і навичок їх використання у практичній діяльності підприємства.

У результаті вивчення навчальної дисципліни «Організація торгівлі» студенти повинні:

знати:

- сутності організаційних форм підприємств та їх значення в процесі торговельного обслуговування населення;
- формати магазинів та їх роль в процесі товароруку;
- основні показники якості торговельного обслуговування;
- умови використання форм роздрібно торгівлі залежно від спеціалізації та місця розташування магазинів;
- форми і методи організації роботи посередників та управління товарним рухом;
- функціонування каналів розподілу.

вміти:

- виконувати аналіз ефективності використання торговельних площ різних типів магазинів;
- визначати технологічні операції в роздрібно і оптової торгівлі;
- удосконалювати технологічні операції з метою підвищення ефективності роботи торговельних підприємств;
- виконувати аналіз ефективності асортиментної та цінової політики підприємства;
- визначати оптимальний рівень витрат у процесі товароруку;
- здійснювати організацію товаропостачання і нивації продажу товарів підприємств оптової і роздрібно торгівлі;
- здійснювати оптимальний рівень структури і форми організації торгівлі;
- здійснювати пошук резервів зростання доходів і скорочення витрат в організації товароруку.

ОРГАНІЗАЦІЯ ТОРГІВЛІ

Зміст навчальної дисципліни

Тема 1. Організаційні основи торговельної діяльності

Поняття і сутність організації торгівлі. Об'єкт вивчення організації торгівлі. Предмет вивчення організації торгівлі. Організацію торгівлі можна розглядати у двох аспектах – статички і динаміки. Теорія організації.

Організація торгівлі як навчальна дисципліна та її еволюція. Роль її в структурній перебудові у сфері торгівлі і формуванні сучасної організаційної моделі. Функції торгівлі, їх практичні завдання і стратегічні пріоритети. Фактор організації.

Функції і завдання дисципліни «Організація торгівлі». Пізнавальна, методична і практична.

Зміст організації торгівлі. Основні елементи організаційної структури. Органічні компоненти організаційної структури торгівлі. Організаційна структура сфери торгівлі. Основні напрямки організаційних дій на всіх ієрархічних рівнях у торгівлі. Організаційна діяльність у сфері торгівлі. Основні принципи організації в торгівлі.

Загальна характеристика торгівлі як системи. Види суб'єктів торговельної діяльності.

Тема 2. Роздрібна торговельна мережа

Сутність поняття «торговельне підприємство». Класифікація роздрібних торговельних підприємств, їх характеристика і роль у торговельному обслуговуванні покупців.

Основні торговельні та технологічні функції магазинів. Сутність і значення спеціалізації підприємств роздрібною торгівлі. Види магазинів з урахуванням їх товарної спеціалізації. Показники, які характеризують стан розвитку та ефективність використання роздрібною торгівлі. Типізація підприємств роздрібною торгівлі.

Тема 3. Будова, улаштування і проектування роздрібних торговельних підприємств.

Класифікація і характеристика будівель, в яких розміщують магазини. Технологічні, архітектурно-будівельні, економічні та санітарно-гігієнічні вимоги до обладнання магазину.

Склад і взаємозв'язок приміщень у магазині. Вимоги до планування торговельних, підсобних та адміністративно-побутових приміщень для приймання, зберігання і підготовки товарів до продажу.

Обладнання і планування торговельного залу і приміщень для приймання, зберігання і підготовки товарів до продажу. Інтер'єр і рекламно-інформаційне оформлення магазину.

Вимоги до планування торговельних залів. Функціональні зони торговельних залів. Розміщення зон входу-виходу в магазинах. Боксове планування торговельного залу магазину.

Зовнішнє оформлення магазину. Фірмовий знак підприємства. Інтер'єр магазину.

Тема 4. Організація торговельно-технологічного процесу в магазині

Розвантаження і внутрішньо-магазинне переміщення товарів. Операції внутрішньо-магазинного переміщення. Організація приймання товарів у магазині за кількістю та якістю. Організація і технологія зберігання товарів у магазинах. Особливості зберігання окремих товарів. Підготовка товарів до продажу

Поняття торговельно-технологічних процесів у магазинах, проблеми їх поліпшення. Організація і технологія операцій приймання товарів у магазині. Організація і технологія зберігання і підготовки товарів до продажу. Технологія розміщення і викладання товарів у торговому залі магазину.

Технологія продажу товарів, розрахункові операції та відпуск товарів покупцям. Схеми технологічного процесу. Методи визначення раціональних варіантів торговельно-технологічних процесів. Технологічні картосхеми, їх розробка.

Ефективність використання торгових площ магазинів. Основні показники, які традиційно застосовуються для аналізу ефективності діяльності торговельного підприємства. Ефективність використання площі торгових залів магазинів. Демонстраційна площа.

Тема 5. Технічне оснащення роздрібних підприємств.

Торговельне обладнання магазинів. Класифікація немеханічного обладнання і вимоги до його конструкції. Обладнання торгових залів магазинів. Добір торговельного немеханічного обладнання для оснащення магазинів. Загальна потреба торговельного обладнання для торгової організації.

Холодильне обладнання. Завдання холодильної техніки. Утворення штучного холоду за допомогою холодильної машини. Найпоширеніші холодильні агенти. Класифікація торговельного холодильного обладнання. Розрахунок потреби, принципи добору і правила експлуатації холодильного обладнання.

Інвентар роздрібно-торгового підприємства. Інвентар для відкриття тари й пакування. Інвентар для перевірки якості товарів. Інвентар для підготовки товарів до продажу. Рекламно-виставковий інвентар. Інвентар для прибирання і санобробки приміщень.

Тема 6. Організація роздрібно-продажу товарів та обслуговування населення

Класифікація форм роздрібно-продажу товарів. Фактори, які впливають на вибір форм роздрібно-продажу товарів.

Самообслуговування як одна з найефективніших форм роздрібно-продажу товарів. Вимоги до організації процесу продажу товарів у магазинах самообслуговування. Зарубіжний досвід організації роботи магазинів самообслуговування.

Організація продажу товарів у магазинах за зразками. Класифікація, види і характеристика позамагазинних форм роздрібно-продажу товарів. Вітчизняний і зарубіжний досвід позамагазинних форм роздрібно-продажу товарів. Організація продажу товарів через дрібно-роздрібну торговельну мережу. Торгівля на ринках. Класифікація і характеристика послуг, які надаються покупцям на підприємствах роздрібно-торгівлі. Вітчизняний та зарубіжний досвід захисту прав та інтересів споживачів

Організація продажу товарів у дрібно-роздрібній торговельній мережі. Позамагазинні форми торговельного обслуговування покупців. Роздрібна торгівля через дрібно-роздрібну торговельну мережу. Сучасні торговельні автомати.

Організація пересувної торгівлі. Засоби пересувної торгівлі. Основні функції автомагазинів. схема організації торгово-технологічного процесу автомагазину. Магазины-вагони. Магазины-судна. Загальні засади організації продажу товарів за замовленнями та вдома у покупців.

Ярмарково-базарна торгівля. Види ярмарків. Сезонні ярмарки. Мета проведення базарів.

Нові форми позамагазинного продажу товарів. Продаж товарів за телефоном. Телепродаж. Консультативний продаж. Груповий продаж. Парадоксальний продаж товарів (продаж за методом нейролінгвістичної мотивації).

Комісійний продаж непродовольчих товарів. Сторони торговельного процесу за комісійного продажу товарів. Переліки дозволених і заборонених товарів до приймання для комісійного продажу.

Продаж товарів у розстрочку. Перелік товарів, що рекомендуються для продажу у розстрочку. Правила продажу товарів у розстрочку.

Роздрібні аукціони. Суть і види аукціонів. Етапи проведення аукціону. Типи аукціонів.

Продаж товарів поштою. Види торгівлі поштою. Організація виконання замовлень. Переваги і недоліки торгівлі поштою.

Психологічні аспекти процесу продажу товарів. Психологія торгівлі як галузь психологічної науки. Етапи укладення угоди купівлі-продажу товарів. Зустріч покупця. Виявлення потреби. Мотиви купівель. Види поведінки продавця. Вислуховування покупця. Аргументація товару. Демонстрування товару. Відповідь на заперечення.

Дослідження поведінки покупців. Основні типи темпераментів і їх характеристика. Реакції продавця на поведінку покупця. Причини виникнення конфліктних ситуацій. Принципи запобігання конфлікту.

Методи активізації продажу товарів. Магазинні методи активізації продажу товарів. Максимальний розмір знижки від роздрібною ціни. Продаж з використанням бізнес-лотереї. Позамагазинні методи продажу товарів.

Тема 7. Організація оптової торгівлі. Складська мережа

Види оптових підприємств та їх класифікація. Ознаки оптового підприємства. Поняття оптового торговельного підприємства. Класифікація оптових торговельних підприємств. Функції оптових торговельних підприємств.

Структурна побудова апарату оптового підприємства. Поняття організаційної структури оптового торговельного підприємства. Організаційно-структурна побудова оптового торговельного підприємства. Оптово-роздрібних торговельних підприємств.

Роль складів у товарообігу. Основні функції складів. Класифікація складів за характером виконуваних функцій; за асортиментними ознаками; з урахуванням режимів зберігання; за поверховістю й висотою складських приміщень; за ступенем механізації технологічних процесів; з урахуванням зовнішніх транспортних зв'язків; за облаштуванням.

Нові види складів: дрібнооптові, митні, ліцензійні, консигнаційні, гарантованого зберігання. Технологічні та загальнотехнічні вимоги до обладнання складів.

Тема 8. Технологія складських операцій

Сутність поняття "складський технологічний процес". Принципи раціональної організації складського технологічного процесу. Технологічні карти.

Організація і технологія операцій з надходження і приймання товарів на складах.

Організація і технологія розміщення, укладання і зберігання товарів на складах. Організація і технологія відпуску товарів зі складу.

Механізація технологічного процесу на підприємствах оптової торгівлі. Автоматизація технологічного процесу на підприємствах оптової торгівлі.

Розміщення та оптимальні розміри оптових підприємств. Принципи розміщення оптових торговельних підприємств: економічної доцільності, концентрації і конкурентності. Оптимальні розміри оптових підприємств. Розрахунок оперативної площі для зберігання товарів. Допоміжні площі оптового підприємства. Площі адміністративних приміщень. Розрахунок оптимальних розмірів оптового торговельного підприємства.

Тема 9. Організація і технологія тарних операцій

Роль тари в організації торгово-технологічних процесів. Роль упаковки в організації торгово-технологічних процесів. Функції тари й упаковки товарів. Основні вимоги, види, якість тари. Технічні, економічні, санітарно-гігієнічні та естетичні вимоги до тари.

Обладнання для пакетування і зберігання товарів на оптових підприємствах. Класифікація пакето-формульних машин. Групи обладнання, що використовується на оптових підприємствах для зберігання різноманітних товарів.

Прийняття тари. Розкривання і зберігання тари. Повернення багатооборотної тари. Основні правила повторного використання дерев'яної, картонної тари, паперових мішків і

розрахунків за них. Правила перевезення тари. Витрати і втрати тари, шляхи їх зниження. Вітчизняний і зарубіжний досвід виробництва тари і пакувальних матеріалів, їх повторного використання, переробки та утилізації.

Тема 10. Організація перевезення вантажів

Роль транспорту в перевезенні товарів. Характеристика основних транспортних засобів. Управління транспортом. Планування перевезення товарів. Основні документи, що регламентують порядок перевезення вантажу залізничним і автомобільним транспортом. Види перевезень вантажів залізничним транспортом, їх характеристика. Перевезення товарів автомобільним транспортом загального користування і транспортом торговельних підприємств. Ефективність використання автомобільного транспорту. Способи доставляння товарів автомобільним транспортом. Транспортно-експедиторське обслуговування підприємств торгівлі. Розрахунок інтервалу, частоти та розміру партій завезення товарів, обсягу вантажообороту і потреб в автомобілях на лінійному та кільцевому маршрутах.

Підйомно-транспортне обладнання складів та його використання для механізації складських операцій. Види підйомно-транспортного обладнання. Транспортувальні машини і механізми.

Поняття обладнання для фасування і пакування товарів. Види обладнання для фасування і пакування товарів.

Тема 11. Організація оптових закупівель товарів та їх документальне оформлення

Суть оптових закупівель. Організація оптових закупівель. Етапи організації оптових закупівель. Планування закупівельної роботи.

Маркетингове забезпечення оптових закупівель товарів. Завдання маркетингового забезпечення оптових закупівель товарів. Структура маркетингового дослідження ринку. Види маркетингових стратегій. Етапи розроблення плану оптових закупівель. Визначення плану продажу товарів. Методи прогнозування попиту. Критерії відбору постачальників.

Форми і методи закупівель товарів вітчизняного виробництва. Закупівля товарів за прямими зв'язками. Форма оптових закупівель, її переваги та недоліки. Закупівлі товарів на ярмарках. Закупівлі товарів на біржах.

Закупівля товарів за державні кошти. Форми закупівель товарів за державні кошти. Закон України «Про публічні закупівлі».

Особливості закупівель товарів у іноземних фірм. Поняття імпорту товарів. Методи укладання торговельних угод у міжнародній торговельній практиці. Етапи укладення і виконання міжнародних угод. Експортні й імпорتنі ліцензії. Розділи зовнішньоторговельного контракту. Базисні умови постачання.

Тема 12. Регулювання і контроль діяльності підприємств у сфері торгівлі

Правові та організаційні засади захисту прав споживачів. Права споживачів та їх захист. Роль держави в регулюванні торговельної діяльності. Органи захисту прав споживачів. Основні права Держспоживстандарту України. Відповідальність за порушення законодавства про захист прав споживачів.

Контрольні перевірки додержання правил торговельного обслуговування. Проведення відбору зразків товарів для перевірки їхньої якості. Мета відбору зразків товарів. Контрольні перевірки правильності розрахунків зі споживачами. Перевірка суб'єктів підприємництва працівниками Держцінінспекції.

Контроль за додержання правил користування засобами вимірювальної техніки (ЗВТ). Вимоги до ЗВТ під час перевірки. Опломбування виробничих, складських, торгових приміщень і вимірювальних приладів. Мета опломбування приміщень і несправних ЗВТ. Підстави опломбування приміщень і несправних ЗВТ.

Тимчасове припинення діяльності підприємств сфери торгівлі, громадського харчування та послуг. Мета тимчасового припинення діяльності підприємств сфери торгівлі. Підстава для рішення про тимчасове припинення діяльності суб'єкта господарювання.

Упровадження Журналу реєстрації перевірок. Мета впровадження Журналу реєстрації перевірок. Відмова особи, що здійснює перевірку, від підпису в Журналі.

ПЕРЕЛІК ПИТАНЬ ДЛЯ САМОПІДГОТОВКИ з дисципліни «Організація торгівлі»

1. Торгівля, її загальна характеристика, функції.
2. Правове регулювання торговельної діяльності.
3. Основні категорії теорії організації торгівлі та принципи організації торгівлі.
4. Види торгівлі.
5. Структурна перебудова торгівлі.
6. Напрями розвитку торгівлі в сучасних умовах.
7. Динаміка основних факторів зміни торговельного середовища.
8. Суть, принципи, завдання та вимоги до організації роздрібно-торговельної мережі
9. Види роздрібно-торговельної мережі, їх характеристика.
10. Торговельне підприємство, його ознаки та функції.
11. Види роздрібних торговельників.
12. Типізація торговельних підприємств.
13. Спеціалізація підприємств роздрібно-торговельної мережі, її напрями.
14. Перспективні типи і форми роздрібних торговельників, їх характеристика.
15. Суть і принципи розміщення роздрібно-торговельної мережі.
16. Види та класифікація торговельних будівель і споруд, вимоги до них.
17. Організація будівництва, ремонту і реконструкції торговельних підприємств
18. Порядок введення в експлуатацію побудованих і відремонтованих торговельних підприємств.
19. Фактори, що впливають на склад і розміри приміщень магазинів.
20. Склад приміщень магазину.
21. Вимоги до улаштування та планування приміщень магазину.
22. Види планувань торговельних залів магазинів.
23. Зовнішнє та внутрішнє улаштування підприємств роздрібно-торгівлі.
24. Дизайн та імідж магазину.
25. Техніко-економічні показники ефективності використання торговельної площі магазину.
26. Організація зберігання товарів в магазині.
27. Організація підготовки товарів до продажу.
28. Зміст торговельно-технологічного процесу в магазині.
29. Принципи організації торговельно-технологічного процесу в магазині.
30. Законодавчі акти і нормативні документи, що регламентують роботу підприємств торгівлі, їх значення та зміст.
31. Приймання товарів в магазині: значення, види, нормативні документи, що регламентують приймання товарів.
32. Порядок і технологія приймання товарів у магазині: за кількістю та якістю.
33. Розміщення та викладка товарів.

34. Обов'язки матеріально відповідальних осіб із забезпечення товарно-матеріальних цінностей на торговельних підприємствах.
35. Проектування системи навігації в магазині.
36. Основні прийоми розміщення товарних груп у торговельному залі.
37. Психологічні аспекти продажу товарів.
38. Документальне оформлення результатів приймання.
39. Культура торгівлі, її складові частини.
40. Класифікація форм і методів роздрібного продажу товарів, їх суть.
41. Характеристика елементів процесу торговельного обслуговування населення в магазинах.
42. Організація продажу товарів за різними методами.
43. Технологія продажу товарів за різними методами.
44. Особливі форми продажу товарів.
45. Позамагазинні форми продажу товарів .
46. Методи активізації продажу товарів.
47. Організація і технологія системи торговельних послуг.
48. Організація контролю за діяльністю торговельних підприємств.
49. Суть мерчандайзингу, його методи.
50. Види товарних втрат в магазині.
51. Шляхи скорочення товарних втрат.
52. Складська мережа, її складові.
53. Класифікація товарних складів.
54. Стан і завдання вдосконалення складського господарства в умовах ринку.
55. Планування та улаштування складів і вимоги до них.
56. Особливості улаштування та планування спеціальних складів.
57. Чинники, що впливають на організацію складського технологічного процесу.
58. Технологія розвантаження транспортних засобів, транспортування товарів до місць приймання та зберігання.
59. Методи продажу товарів зі складу.
60. Технологія підсортування та комплектування відвантажуваних партій товарів.
61. Організація роботи експедиційного складу.
62. Зберігання товарів на складах.
63. Документальне оформлення продажу товарів зі складу.
64. Роль упаковки і тари в торговельно – технологічному процесі.
65. Класифікація тари.
66. Вимоги до тари і упаковки.
67. Зміст тарних операцій на торговельних підприємствах.
68. Порядок розрахунків за тару.
69. Перспективні види тари та упаковки, стан їх виробництва.
70. Резерви зменшення витрат на тару та її втрат.
71. Транспортні засоби, їх види та вибір для забезпечення вантажних перевезень у торгівлі.
72. Організація перевезення товарів автомобільним транспортом.
73. Порядок оформлення документів на перевезення вантажів.
74. Оплата за перевезення вантажів автотранспортом.
75. Організація перевезення вантажів залізничним транспортом.

ТЕСТОВІ ЗАВДАННЯ

Організація торгівлі

I рівень

Який характер має в Україні на сучасному етапі організація торгівлі як галузь знань?

- Закономірний
- Динамічний
- Статичний
- +Фрагментарний

«Організація торгівлі» це ... дисципліна?

- Споживче орієнтована
- +Ринково орієнтована
- Виробниче орієнтована
- Універсальна

Принципи цілісності системи, зовнішнього доповнення і емерджентності належать до... принципів?

- +Загальносистемних
- Методичних
- Практичних
- Організаційної побудови

Принципи інтегрованості і оптимальності належать до принципів ...?

- Загальносистемних
- Методичних
- Практичних
- +Організаційної побудови

Принципи ритмічності і ефективності належать до принципів ... ?

- Загальносистемних
- +Організації процесів
- Практичних
- Організаційної побудови

За якими ознаками не можна класифікувати підприємства оптової торгівлі:

- Організаційно-правовою формою
- Формою власності і належністю
- +Методами обслуговування
- Товарною спеціалізацією

Великі за розмірами оптові склади з розширеним асортиментом товарів, які обслуговують своїх постійних клієнтів (членів) за зниженими дисконтними цінами або обумовлюють суму знижки загальною вартістю покупки – це:

- Гуртовні
- +Складські клуби
- Торгові дома
- Ринки

Комерційною функцією оптових торговців є:

+Планування, організація і проведення оптових закупівель товарів

Операції доведення і фасування

Операції транспортного забезпечення товарного руху

Надання своїм партнерам комплексу організаційно-технологічних послуг

За функціональним рівнем масштабів діяльності оптові торгові підприємства не поділяються на:

+Міжконтинентальні

Національні

Міжрегіональні

Локальні

Складські будівлі і споруди класифікують за такими основними ознаками:

Зовнішньою привабливістю

Близькістю до споживача

Терміном експлуатації

+Матеріалом стін і вогнетривкістю

Залежно від призначення і ролі в оперативно-господарській діяльності всі складські приміщення не поділяють на:

Оперативні

Допоміжні

+Хімічні

Підсобно-технічні

Рампами називають:

Верхню частину будівлі, яка складається з несучих і огорожувальних елементів

+Платформові тротуари, що примикають до складу, вони використовуються для переміщення вантажів з автомашин чи вагонів у склад і назад

Продовження даху, що споруджується в одноповерхових складських будівлях

Підземну конструкцію, основним призначенням якої є сприйняття навантаження від будівлі і передавання її основі

Спеціальна камера холодильника, яка має опалення і підсилену циркуляцію повітря – це :

+Дефростер

Карантинна камера

Камера для фасування товарів

Камера для зберігання фасованих товарів

До принципів розміщення оптових підприємств не відноситься:

Економічна доцільність

Концентрація

Конкурентність

+Специфічність

В Україні не доцільно створювати мережу складів загального користування такого виду:

Складів-готелей

Консигнаційних складів

Митних ліцензійних складів
+Складів-мотелів

У спеціально обладнаних сховищах зберігається :

Картопля
Яблука
+Олія
Цибуля

На розміщення оптових підприємств безпосередньо впливає низка таких факторів, як:

+Стан роздрібної торговельної мережі та обсяги її діяльності в зоні обслуговування
Рівень інформованості району
Стан доріг
Асортимент товарної спеціалізації

До плодоовочесховища тимчасового типу входить:

Склади – будівлі
+Бурти і траншеї
Бункери
Підсобні і технічні

Резервуари зберігання олії можуть бути:

+Малі, середні та великі
Малі, великі та надвеликі
Великі та надвеликі
Малі та великі

Основна функція оптових підприємств полягає в:

Отримання прибутку
Надання технічних послуг
Вивчення кон'юнктури ринку
+Безперервному забезпеченні потреб у збуті і постачанні товарів

Зберігання товарів будь-яким торговельним підприємствам за відповідну плату здійснюється на складах:

+Загального користування
Спільного користування
Індивідуального користування
Особливого користування

Придбання товарів великими партіями з метою їх подальшого перепродажу – це:

Роздрібні закупівлі
+Оптові закупівлі
Оптовий ярмарок
Товарна біржа

Усі комерційні, технологічні і збутові заходи, пов'язані з доведенням товару до споживача, розглядаються комплексно, з урахуванням власних господарських можливостей підприємств- це завдання:

+Маркетингу

Менеджменту
Підприємства
Фінансів

Досягнення стійких конкурентних позицій, пошук і вихід на нові цільові ринки, концентрація і розподіл товарів по каналах реалізації – це складові стратегії:

Оборонної
Інтенсивного росту
+Наступальної
Інтегративного росту

Самостійна юридична особа або структурний підрозділ певного господарського суб'єкта, що виконує комерційно-посередницькі функції на тій біржі, на якій вона зареєстрована – це:

+Брокерська контора
Товарна біржа
Оптовий ярмарок
Фінансова біржа

Закупівля і продаж товарів здійснюється через посередників, з якими укладаються спеціальні угоди – це:

Прямий метод укладання торговельних угод
+Непрямий метод
Імпортний метод
Експортний метод

Метод державного адміністративного регулювання зовнішньоторговельної діяльності способом видачі вповноваженими державними органами дозволів на здійснення експортно-імпортних операцій – це:

Квота
+Ліцензування
Генеральна ліцензія
Зовнішньоторговельний контракт

Здійснення конкурентного відбору учасників з метою визначення переможця торгів для державних закупівель згідно з процедурами – це:

+Тендер
Біржа
Ринок
Конкурс

Визначена замовником частина товарів, робіт чи послуг, на яку в межах єдиної процедури закупівлі учасникам дозволяється подавати тендерні пропозиції або пропозиції на переговорах у разі застосування переговорної процедури закупівлі – це:

Товари
Послуги
+Лот
Товари та послуги

Ціна, зазначена учасником у тендерній пропозиції та перерахована з урахуванням показників інших критеріїв оцінки за математичною формулою, визначеною замовником у тендерній документації – це:

- +Приведена ціна
- Роздрібна ціна
- Оптова ціна
- Монопольна ціна

Ринкові заходи з обмеженим часом проведення, де виставляються експонати, адресовані переважно звичайним відвідувачам з метою пропаганди товарної продукції чи послуг і сприяння їх збуту – це:

- +Виставка
- Оптовий ярмарок
- Роздрібний ярмарок
- Форум

За складом учасників ярмарки і виставки можуть бути:

- Спеціалізовані, універсальні
- Галузеві, міжгалузеві
- Короткотривалі, пересувні та постійно діючі
- +Міжнародні, міжрегіональні і регіональні

Що прийнято вважати сукупністю технічних засобів, призначених для просторового переміщення продукції та матеріалів ?

- Фуру
- Цистерну
- +Транспортом
- Візок

Який вид транспорту переважно використовується при дальніх і масових перевезеннях практично всіх видів продукції і товарів народного споживання?

- Річковий
- Авіаційний
- Трубопровідний
- +Залізничний

Який вид транспорту переважно використовується для постачання газу, нафти, пально-мастильних матеріалів?

- Річковий
- Авіаційний
- +Трубопровідний
- Залізничний

Для здійснення термінових перевезень вантажів, особливо у важкодоступні райони використовується - _____ вид транспортного забезпечення.

- Річковий
- +Авіаційний
- Трубопровідний
- Залізничний

До якого виду робіт належать такі операції як: пакування, маркування, сортування вантажів, їх пакування і зберігання до моменту відвантаження?

Процес перевезення

Зважування виробів

Оцінка товарного вигляду

+Підготовка товарів до перевезення

Хто є основним оператором, що здійснює транспортно-експедиційне обслуговування?

+Підприємства автомобільного транспорту

Вантажники та водії

Вантажовідправники/отримувачі

Технологи

Хто є суб'єктом господарювання при здійсненні транспортно-експедиційного обслуговування?

Підприємства автомобільного транспорту

Вантажники та водії

+Вантажовідправники/отримувачі

Технологи

За яких умов доречно використання вагонів-платформ?

Для масових перевезень навалних, легких вантажів та вантажів у контейнерах

+Для перевезень довго вимірних вантажів, вантажів у цистернах (олія) та контейнерах

Для перевезень деревини та сипучих матеріалів

Для масових перевезень худоби та сільськогосподарської продукції

Який вид автомобілів доречний при перевезеннях молока, палива, квасу і т.д.?

Автомобіль-бідон

+Автомобіль-цистерна

Автомобіль-бункер

Фургон

Промисловий виріб, призначений для упакування, зберігання, транспортування та реалізації товарів у сфері обігу - _____.

Ящик

Мішок

+Тара

Стелаж

В який різновид тари розфасовують товари для доставки і продажу споживачам, вартість якої звичайно входить в його ціну?

+Споживча тара

Транспортна тара

Індивідуальна тара

Товарна тара

Яка тара відрізняється високою міцністю та зносостійкістю, і відповідно. Є найбільш розповсюдженою?

Пластикова

Тканинна

+Дерев'яна
Металева

Яка тара є нестійкою до механічних пошкоджень, потребує наявності жорсткої транспортної тари й м'яких пакувальних матеріалів при перевезенні?

Пластмасова
+Скляна
Керамічна
Картонна

Що називають частиною стелажу, яка складається з двох і більше комірок, які повторюються по висоті, в яких розміщується вантаж?

Проліт
+Секція
Зона
Департамент

Як називають відведені на складах місця, відгороджені вертикальними перегородками (з дерева або залізобетону), в які засипають навалочні і насипні вантажі?

Цистерни
Бункери
+Засіки
Комірки

Яку назву носять транспортні засоби що призначаються для транспортування і штабелювання товарів у ящиках, мішках і коробах, укладених на однонастильні або двонастильні піддони, товарів у дрібній упаковці і сипких вантажів у контейнерах?

Рокла
+Електричні навантажувачі
Комісіонери
Тельфери

Основним суб'єктом підгалузі гуртової торгівлі є

Роздрібне підприємство
+Оптове підприємство
Збутове підприємство
Товарний склад

Спеціальна камера холодильника, яка має опалення і підсилену циркуляцію повітря.

Холодильна камера
Карантинна камера
+Дефростер
Рефрижератор

Вивчення кон'юнктури й окремих сегментів товарного ринку є

+Комерційною функцією
Виробничою функцією
Допоміжною функцією
Основною функцією

За організаційними формами управління розрізняють склади:
 Загального та індивідуального користування
 Індивідуального та спільного користування
 Індивідуального та кооперативного користування
 +Індивідуального, спільного і загального користування

Безпосередньо на залізничних станціях і водних пристанях або поблизу від них створюються
 +Транзитно-перевалочні склади
 Склади сезонного зберігання
 Сортувально-розподільні склади
 Склади довготривалого зберігання

Які з перелічених товарів НЕ потребують особливих умов зберігання:
 Хімікати
 Сіль
 Овочі
 +Одяг

Зміст основної роботи оптових торговельних підприємств полягає:
 +В опосередкуванні комерційних зв'язків між сферою товарного виробництва і сферою споживання
 В отриманні максимального прибутку
 В забезпеченні кінцевих споживачів продовольчими та непродовольчими товарами
 У формуванні системи стійких збутових шляхів, для реалізації продукції

Придбання товарів великими партіями з метою їх дальшого перепродажу це:
 Роздрібні закупівлі
 +Оптові закупівлі
 Приймання товарів
 Організація товарного потоку

Визначте перший етап оптових закупівель:
 +Вивчення попиту споживачів
 Вибір найбільш придатного постачальника
 Укладення договорів з постачальниками
 Розробка плану оптових закупівель

Визначте види методів отримання інформації щодо майбутніх постачальників:
 +Прямий і непрямий
 Прямий і опосередкований
 Груповий і індивідуальний
 Інформаційний і економічний

Який з наданих варіантів є джерелом непрямого методу одержання інформації про майбутніх постачальників?
 Контакти з постачальниками, їх конкурентами
 +Огляди стану кон'юнктури ринку, біржові бюлетені
 Відвідування ярмарків і виставок
 Поїздки на підприємства-постачальники

Безпосередні відносини між підприємствами-виробниками товарів і їх споживачами це:

- +Закупівля товарів за прямими зв'язками
- Закупівля товарів на ярмарках
- Закупівля товарів на біржах
- Закупівля товарів брокерськими конторами

Який з наведених варіантів НЕ є рисою ярмаркової торгівлі?

- Оптова реалізація товарів за наявними зразками
- Одночасна участь у ярмарку продавців і покупців
- +Постійність проведення торгів
- Встановлення строків і місця проведення ярмарку

За складом учасників (територіальною ознакою) ярмарки і виставки можуть бути:

- Спеціалізовані і універсальні
- Короткотривалі, пересувні та постійно діючі
- Основні і допоміжні
- +Міжнародні, міжрегіональні і регіональні

Визначте етапи організації ярмарків:

- +Підготовчий етап, безпосередній торг, кінцевий етап
- Підготовчий етап, експлуатація, ліквідація
- Безпосередній торг, основний етап, кінцевий етап
- Безпосередній торг, експлуатація, заключний етап

...здійснюється за встановленими біржею правилами у формі гласних публічних торгів, що проводяться у заздалегідь установленому місці й у визначений час:

- +Біржова торгівля
- Ярмарок
- Виставка
- Міжнародна торгівля

Якими стандартними партіями товарів здійснюється торгівля на біржах?

- Контейнерами
- +Лотами
- Ящиками
- Вагонами

Угоди з купівлі-продажу права на майбутню купівлю-продаж за встановленою ціною товарів або контрактів на поставку товарів це:

- Форвардні угоди
- Ф'ючерсні угоди
- +Опціонні угоди
- Спот-угоди

На підставі чого здійснюється імпорт товарів?

- Укладення опціонної угоди
- +Укладення міжнародної торгової угоди
- Укладення галузевої угоди
- Укладення територіального контракту

Визначте суть прямого методу укладання міжнародних угод:

Закупівля і продаж товарів здійснюється через міжнародні фірми, які закупають товар у товаровиробника відповідної країни

Товари закупаються і постачаються від держави до оптового продавця

Закупівля і продаж товарів здійснюється через посередників, з якими укладаються спеціальні угоди

+Товари закупаються і постачаються від самостійного товаровиробника до споживача на підставі угоди купівлі-продажу

Письмова пропозиція продавця, відправлена потенційному покупцеві щодо продажу партії товарів на визначених продавцем умовах це:

Запит

+Оферта

Угода

Контракт

До завдань маркетингу не належить:

Комерційні заходи

Заходи пов'язані з доведення товару до споживача

+Розробка замовлень постачальниками

Технологічні заходи

Який із наведених принципів роздрібних торговців застосовують у розміщенні й розвитку торговельної мережі в ринкових умовах, зводиться до розташування однотипних за спеціалізацією і форматом підприємств відносно рівномірно за територією населеного пункту (адміністративного району) з урахуванням густини населення та щільності заселення в розрахунку на 1 км² площі міського мікрорайону або адміністративного району?

Доступність для споживачів

+Рівномірність розосередження

Концентричність розташування

Групування за асортиментом

Який із наведених принципів передбачає об'єктивне включення, способом поглинання до зони охоплення (радіусу впливу) гіпер- і суперцентрів роздрібною торгівлі, радіусів дії однотипних, але менших за форматом, потенціалом?

Доступність для споживачів

Рівномірність розосередження

+Концентричність розташування

Групування за асортиментом

Сучасна практика здійснення торговельного продажу матеріальних благ підтверджує потребу в додержанні якого принципу суб'єктів роздрібною торгівлі за ознакою єдності зосередження крамниць і торгових одиниць, відмінних за асортиментним профілем, а отже і спеціалізацією, в єдиному центрі торговельно-сервісного обслуговування?

Доступність для споживачів

Рівномірність розосередження

Концентричність розташування

+Групування за асортиментом

Який із наведених видів підприємств є первинною, основною ланкою сфери торгівлі, її самостійний господарюючий суб'єкт з правом юридичної особи, що створений для закупівлі, реалізації, а також зберігання товарів, надання різного роду супутніх послуг в цілях задоволення потреб ринку та отримання прибутку?

Приватне підприємство
 +Торговельне підприємство
 Виробниче підприємство
 Державне підприємство

Яка основна ознака спеціалізації магазинів?

+ Асортимент товарів
 Район діяльності магазину
 Торговельна одиниця
 Метод продажу

Квазі інститут торговельного обслуговування, що існує віртуально, умовно, поєднуючи реальних, але територіальна роз'єднаних продавців і покупців – це ...

+Електронний віртуальний магазин
 Сучасна віртуальна торгівля
 Посилкова торгівля
 Ятка

Відкрита електронна комп'ютерна мережа з необмеженим доступом до неї через засоби зв'язку будь-якого користувача персонального комп'ютера – це ... електронний віртуальний магазин

+Сучасна віртуальна торгівля
 Посилкова торгівля
 Ятка

Роль суб'єкта обслуговування в ній виконують центральні склади-магазини і їхні регіональні філії, на яких виконується основна робота з формування отриманих засобами зв'язку і поштою замовлень від покупців з дальшим відправленням готових покупок через поштові комунікаційні мережі – це ...

Електронний віртуальний магазин
 Сучасна віртуальна торгівля
 +Посилкова торгівля
 Ятка

Який вид споруди вважається пунктом роздрібного продажу товарів, що займає окрему споруду полегшеної конструкції, має невелику торговельну залу для покупців і підсобне приміщення?

+Торговельний павільйон
 Торговельна палатка
 Торговельний кіоск
 Ятка

Який вид споруди — це невеликий об'єкт дрібнороздрібної торгової мережі напівстаціонарної або збірно-розбірної конструкції, що займає відособлене торгове місце, має мінімальне підсобне приміщення, але не має торговельної зали для покупців?

Торговельний павільйон

+Торговельна палатка

Торговельний кіоск

Ятка

У складі яких приміщень може бути виділено: приміщення для розвантаження товарів; приміщення для приймання товарів за кількістю та якістю; комори для зберігання різних видів товарів, охолоджувальні камери для зберігання швидкопсувних товарів; фасувальні?

+Складські приміщення

Підсобні приміщення

Службово-побутові приміщення

Технічні приміщення

У склад яких приміщень входять приміщення для зберігання тари, посуду, пакувальних матеріалів; майстерні з ремонту обладнання, тари; експедиції, що здійснюють доставку товарів покупцям?

Складські приміщення

+Підсобні приміщення

Службово-побутові приміщення

Технічні приміщення

У склад яких приміщень входять адміністративні приміщення для управлінського персоналу та фахівців окремих функціональних служб, приміщення кімнат відпочинку та приймання їжі, гардеробних, душових, санвузлів?

Складські приміщення

Підсобні приміщення

+Службово-побутові приміщення

Технічні приміщення

Які приміщення машинних відділень, вентиляційних камер для кондиціонування повітря, щитових, трансформаторної підстанції, вузлів управління водопроводом та каналізацією, нище зазначено?

Складські приміщення

Підсобні приміщення

Службово-побутові приміщення

+Технічні приміщення

Які приміщення забезпечують зв'язок усіх приміщень магазину (коридори, тамбури, вестибюлі, холи)?

Складські приміщення

Підсобні приміщення

Службово-побутові приміщення
+Комунікаційні приміщення

Який із сучасного виду планувань торговельних залів передбачає наявність головних, вторинних і третинних проходів; використовується в супермаркетах, магазинах змішаного асортименту та дискаунтерах?

+«Грати» («решітка»)
«Вільний потік»
«Петля»
«Хребет»

Який із сучасного виду планувань торговельних залів забезпечує велику міру гнучкості планування і скорочення фіксованих зон; розставлення прилавків дозволяє досягти максимальної візуальної дії, фокусуючи увагу споживачів на товарних зонах?

«Грати» («решітка»)
+«Вільний потік»
«Бутик»
«Хребет»

Який із сучасного виду планувань торговельних залів створює відчуття простору в межах обмеженої області, створюючи відчуття більш високого класу; споживач має можливість познайомитись з повним діапазоном товарів?

«Грати» («решітка»)
«Вільний потік»
+ «Бутик»
«Хребет»

Який із сучасного виду планувань торговельних залів можуть використовувати це планування для розміщення різних за розмірами відділів, досягнення різноманітності та ініціації інтересу?

«Грати» («решітка»)
«Вільний потік»
«Бутик»
+«Хребет»

Торговельний зал ділиться на декілька відокремлених частин, кожна з яких є спеціалізованою секцією із самостійним вузлом розрахунку, який вид планування?

+Боксове планування
Острівне планування
Виставкове планування
Комбіноване планування

Торговельно-технологічне обладнання розміщене в торговому залі у вигляді окремих острівків різної форми, щоб покупці мали змогу вільно підійти до них і вибрати собі необхідні товари, який вид планування?

- Боксове планування
- +Острівне планування
- Виставкове планування
- Комбіноване планування

Розміщення товарів на стендах, манекенах, гірках, вітринах з утворенням виставкових зразків, який вид планування?

- Боксове планування
- Острівне планування
- +Виставкове планування
- Комбіноване планування

Поєднання двох або більше систем планування торговельного залу, який вид планування?

- Боксове планування
- Острівне планування
- Виставкове планування
- +Комбіноване планування

Який основний елемент планування торговельного залу?

- +Раціональна спрямованість основних потоків покупців
- Раціональне розміщення обладнання
- Нераціональне розміщення обладнання
- Нераціональна спрямованість основних потоків покупців

Який процес є комплексом взаємозв'язаних послідовно виконуваних операцій, метою яких є доведення товарів належної якості до торговельного залу для реалізації їх покупцям у широкому асортименті з оптимальними затратами праці, часу і при високому рівні торговельного обслуговування?

- +Торгово-технологічний процес в магазині
- Торговий процес
- Технологічний процес
- Виробничий процес

Який процес охоплює комплекс операцій, які забезпечують обробку товарів, починаючи з їх надходження в магазин і закінчуючи повною підготовкою до продажу та відпуском покупцям?

- Торгово-технологічний процес в магазині
- Торговий процес
- +Технологічний процес
- Виробничий процес

Який найважливіший елемент торгово-технологічного процесу, від якого багато в чому залежать якість товарів в торговому залі і культура обслуговування покупців?

+Приймання товарів

Продаж товарів

Виробництво товарів

Обмін товарів

Який вид приймання товарів являє собою перевірку відповідності кількості товарів, що надійшли (маси бруто, нетто, кількості одиниць, обсягу, площі) даним супровідних документів?

+Приймання товарів за кількістю

Приймання товарів за якістю

Приймання товарів за смаком

Приймання товарів за властивостями

Який вид приймання товарів являє собою перевірку відповідності якості товарів, що надійшли (фізико-механічних, хімічних властивостей, зовнішнього вигляду та ін.)

Приймання товарів за кількістю

+Приймання товарів за якістю

Приймання товарів за смаком

Приймання товарів за властивостями

Де розташовують товари, що вимагають тривалого ознайомлення з ними покупців, щоб не створювалися перешкоди руху купівельних потоків?

На початку торгового залу

В коридорах торгового залу

На кінці торгового залу

+В глибині торгового залу

До якого запасу відносять товари, призначені для відпуску покупцям?

+Робочий запас

Виставковий запас

Резервний запас

Поточний запас

Який запас призначений для інформування покупців про асортимент наявних у продажу товарів?

Робочий запас

+Виставковий запас

Резервний запас

Поточний запас

Який запас служить для поповнення робочого запасу протягом робочого дня, а також для заміни виставкового запасу товарів?

Робочий запас

Виставковий запас

+Резервний запас

Поточний запас

Які форми продажу товарів включають формування товарних ресурсів (комісійний продаж, продаж на аукціонах) та специфіку організації торгово-технологічного процесу (продаж на аукціонах, електронна торгівля) тощо?

Магазинна форма продажу товарів;
 Позамагазинні форми продажу товарів;
 +Особливі форми продажу товарів;
 Кіоскові форми продажу товарів.

II рівень

Організація торгівлі являє собою:

Сферу торгівлі, яка виконує функції надання послуг і забезпечує умови для здійснення купівлі – продажу товарів

+Сукупність упорядкованих і взаємодіючих організаційних елементів (торговельних підприємств, організацій, підсистем), що створюють цілісну систему, а також комплекс організуючих дій

Обмін результатів праці (продукції, послуг) на гроші

Майновий комплекс, технологічно оснащений для забезпечення комерційних, торговельно-оперативних та торгово-технологічних процесів

Об'єктом вивчення організації торгівлі є:

+Сфера торгівлі як цілісна соціально-економічна система та складові її організаційної структури

Стаціонарні центри, салони, майстерні, цехи, які займають окрему споруду або приміщення і відповідно обладнані

Відносини і зв'язки, що зумовлюють взаємодію внутрішніх елементів системи, а також процеси і дії організуючої спрямованості

Організація, підприємство, які наділені відокремленою власністю і можуть відповідати майном за свої зобов'язання

Предметом організації торгівлі є:

Сфера торгівлі як цілісна соціально-економічна система та складові її організаційної структури

Організація, підприємство, які наділені відокремленою власністю і можуть відповідати майном за свої зобов'язання

+Відносини і зв'язки, що зумовлюють взаємодію внутрішніх елементів системи, а також процеси і дії організуючої спрямованості

Стаціонарні центри, салони, майстерні, цехи, які займають окрему споруду або приміщення і відповідно обладнані

Яке з завдань відноситься до практичної функції «організації торгівлі»:

+Зосередження організаційного потенціалу на здійснення реформ, перебудови, радикальних змін, диверсифікації процесів, видів діяльності

Організаційний аналіз, оцінка організаційного потенціалу, виявлення організаційних резервів

Оцінка і вимір різних параметрів організації, ефективності організаційної діяльності

Пояснює терміни, поняття, категорії, розкриває сутність, зміст організації торгівлі

Що стверджує принцип зовнішнього доповнення?

Що більшість організацій мають ієрархічну природу
 +Що будь-яка система потребує резервів
 Що потрібно розглядати організацію як єдине ціле
 Що багатоманітність складної системи потребує організації й управління, які характеризувалися б достатньою різноманітністю

Що стверджує принцип цілісності системи?
 Що більшість організацій мають ієрархічну природу
 Що будь-яка система потребує резервів
 +Що потрібно розглядати організацію як єдине ціле
 Що багатоманітність складної системи потребує організації й управління, які характеризувалися б достатньою різноманітністю

Що стверджує принцип необхідного різноманіття?
 Що більшість організацій мають ієрархічну природу
 Що будь-яка система потребує резервів
 Що потрібно розглядати організації як єдине ціле
 +Що багатоманітність складної системи потребує організації й управління, які характеризувалися б достатньою різноманітністю

Що стверджує принцип ієрархічної впорядкованості?
 +Що більшість організацій мають ієрархічну природу
 Що будь-яка система потребує резервів
 Що потрібно розглядати організації як єдине ціле
 Що багатоманітність складної системи потребує організації й управління, які характеризувалися б достатньою різноманітністю

Що стверджує принцип емерджентності?
 Що дискретні процеси повинні повторюватися через рівний інтервал часу
 +Що властивості цілісної системи дедалі більше відрізняються від властивостей складових у мірі збільшення розриву між розмірами цілого і складових
 Що в дискретних процесах операції повинні здійснюватись у чіткій послідовності з мінімальними інтервалами між ними
 Припускає науково-обґрунтовану, розумну й економну організацію

Що стверджує принцип ритмічності?
 +Що дискретні процеси повинні повторюватися через рівний інтервал часу
 Що властивості цілісної системи дедалі більше відрізняються від властивостей складових у мірі збільшення розриву між розмірами цілого і складових
 Що в дискретних процесах операції повинні здійснюватись у чіткій послідовності з мінімальними інтервалами між ними
 Припускає науково-обґрунтовану, розумну й економну організацію

Що стверджує принцип безперервності?
 Що дискретні процеси повинні повторюватися через рівний інтервал часу
 Що властивості цілісної системи дедалі більше відрізняються від властивостей складових у мірі збільшення розриву між розмірами цілого і складових
 +Що в дискретних процесах операції повинні здійснюватись у чіткій послідовності з мінімальними інтервалами між ними
 Припускає науково-обґрунтовану, розумну й економну організацію

Пропускна спроможність складу

+Показує, яка кількість товарів перероблена на складі за одиницю часу

Характеризується коефіцієнтом використання загальної площі, тобто відношенням корисної площі до загальної площі складу

Визначається кількістю перероблених (тонн, кубометрів, метрів тощо) товарів по надходженню і відпуску

Визначається кількістю переробленого за зміну вантажу чи обсягом оптово-складського товарообігу, який припадає на одного працівника

Консигнаційні склади – це:

+Приймають товари для дальшого продажу від імені і за дорученням їх власників

Надають невеликим магазинам, малим торговельно-посередницьким структурам і товаровиробникам складські площі для тимчасового зберігання своїх товарних запасів

Призначені для зберігання товарів, що перетинають кордони країни, для виконання операцій з митного оформлення

Великі за розмірами оптові склади з розширеним асортиментом товарів, які обслуговують своїх постійних клієнтів (членів) за зниженими дисконтними цінами або обумовлюють суму знижки загальною вартістю покупки

Розвиток складського господарства оптової торгівлі, вдосконалення торговельного обслуговування населення, застосування сучасної техніки і технології, організації постачання роздрібною мережою товарами, максимально підготовленими до реалізації і такими, що відповідають типу магазину і попиту населення – це:

Мета

+Стратегічне завдання

Місія

Ціль

Заснований на виявленні стійкої тенденції розвитку попиту в минулому і поширенні її на визначений прогностичний період – це:

Нормативний метод

Метод експертних оцінок

Метод економіко-математичного моделювання

+Метод екстраполяції ряду динаміки

Метод, який полягає в оцінці висококваліфікованими фахівцями-експертами чинників і прогностичних явищ, зв'язаних з попитом – це:

Нормативний метод

+Метод експертних оцінок

Метод екстраполяції ряду динаміки

Метод прогнозування попиту з використанням коефіцієнта еластичності

Обсяг закупівель товарів у і-го постачальника, при якому сума валового доходу від реалізації даних товарів покриває суму поточних витрат-це:

Рівень змінних витрат обігу

Витрати обігу постійні

Мінімальний обсяг закупівель товарів у і-го постачальника

+Точка беззбитковості закупівель

Підбиття підсумків з зазначенням позитивних та негативних моментів у роботі ярмарку – це етап організації ярмаркової торгівлі:

Універсальний

Підготовчий

Безпосередній торг

+Кінцевий

Концентрація попиту і пропозиції в єдиному широковідомому і загальнодоступному місці, мінімізація комерційного ризику для суб'єктів торгівлі при здійсненні угод, створення і надання різноманітних послуг усім заінтересованим суб'єктам бізнесу – це:

Головна мета товарної біржі

+Функції товарної біржі

Місія товарної біржі

Тактика товарної біржі

Які стандарти формулюють загальні технічні вимоги до тари, визначають її типи та основні параметри, методи випробування?

+Нормативні

Якісні

Санітарні

Предметні

Передбачає можливість охоплення зон діяльності дрібніших за масштабами локальних і регіональних підприємств зонами функціонування оптових формувань національного або міжрегіонального рівня це

Принцип економічної діяльності

+Принцип концентрації

Принцип конкурентності

Принцип паралельності

Точка беззбитковості (тб) -

+Це обсяг оптового товарообігу, за якого валовий дохід оптовика вирівнюється за сумою з поточними витратами;

Це обсяг оптового товарообігу, за якого валовий дохід оптовика менший за суму поточних витрат

Це обсяг оптового обороту, за якого отримані валові доходи не тільки повністю покривають загальні (постійні і змінні) витрати, але й створюють такий розмір прибутку, який після податкових відрахувань є не нижчим від мінімального рівня рентабельності на авансований капітал

Різниця між фактичним оптовим товарообігом оптового формування і розрахованою величиною тмр

На оптові підприємства національного, міжрегіонального (регіонального) і локального значення (масштабу) оптові підприємства поділяють за

Місцем і роллю в товаропросуванні

+Функціональним рівнем

Організаційно-правовою формою

Їх товарною спеціалізацією

Найчисленнішу групу оптових торговельних підприємств становлять

+Торговельні склади і бази
 Вихідні бази
 Торговельно-закупівельні оптові підприємства
 Торгівельні бази

Залежно від призначення і ролі в оперативно-господарській діяльності всі складські приміщення поділяють на чотири групи:

+Оперативні, допоміжні, підсобно-технічні, адміністративно-побутові
 Оперативні, допоміжні, господарські, адміністративно-побутові
 Оперативні, допоміжні, господарські, підсобно-технічні
 Господарські, основні, оперативні, допоміжні

Основні функції оптових формувань полягають у
 Організації товаропостачання і здійснення оптового продажу
 Створенні системи надання до- і після- реалізаційних послуг
 Наданні своїм партнерам комплексу організаційно-технологічних послуг
 +Безперервному забезпеченні потреб товаровиробників у збуті і роздрібних торговців у постачанні товарами

Консигнаційні склади

Допоміжні підприємства в торгівлі, що обслуговує утворення концентрованих запасів товарів і відповідне перетворення товарних потоків, які йдуть зі сфери виробництва у сферу споживання, і забезпечує безперервне постачання роздрібних торговельних організацій і підприємств

Призначені для зберігання товарів, що перетинають кордони країни, для виконання операцій з митного оформлення

Надають невеликим магазинам, малим торговельно-посередницьким структурам і товаровиробникам складські площі для тимчасового зберігання своїх товарних запасів

+Приймають товари для дальшого продажу від імені і за дорученням їх власників

Переважно невеликі за обсягами оптового обороту склади, покликані обслуговувати потреби відомчої торговельної мережі (товарні склади районних споживчих товариств) або невеликої кількості асоційованих членів (склади роздрібних торговельних асоціацій, великих роздрібних торговельних підприємств).

Оптові підприємства регіонального значення

Оптові підприємства національного значення

+Оптові підприємства локального значення

Оптові підприємства міжрегіонального значення

Які види маркетингової стратегії можуть обрати оптові підприємства?

Наступального характеру або корпоративну

Корпоративну або оборонну

Функціональну або ділову

+Наступального характеру або оборонну

Визначте суть оборонної стратегії оптового підприємства:

+Протистояння позиціям конкурентів

Визначає загальний напрямок діяльності підприємства

Досягнення стійких конкурентних позицій

Розширення сфер діяльності організації

Який із запропонованих варіантів не відноситься до складових стратегії наступального характеру?

- Досягнення стійких конкурентних позицій
- Пошук і вихід на нові цільові ринки
- виключення товарів, що не користуються попитом
- +Зменшення обсягів надання послуг

Визначте суть плану оптових закупівель товарів:

- Містить сукупність прийомів і методів, які забезпечують виконання складських операцій і високу якість обслуговування споживачів
- Містить комплекс операцій, які виконуються над товарами протягом часу їх перебування на складі
- +Містить вказівки щодо джерел закупівель, строки їх здійснення та відповідальних за проведення закупівель
- Містить тексти договорів з постачальниками, вказівки щодо укладання договорів з ними та подання постачальникам плану на відвантаження товарів

Договір постачання, прийнятий у міжнародній торгівлі, що укладається між експортером та імпортером, спрямований на встановлення, зміну або припинення взаємних прав та обов'язків це:

- +Зовнішньоторговельний договір
- Міжнародний договір
- Державний торговельний договір
- Внутрішньоторговельний договір

У процесі підготовки вантажу до відправлення здійснюються:

- Страхування товару й оформлення полісу
- Вирішення спірних питань
- Надсилання продавцю замовлення на товар
- +Упакування і маркування товару відповідно до чинних правил

Організація оптових закупівель – це:

- Комплекс взаємозв'язаних операцій, котрі послідовно виконуються над товарами протягом усього часу їх перебування на складі
- +Комплекс управлінських і комерційних рішень та торгових операцій для виявлення і вивчення попиту споживачів, надання й узгодження з постачальниками замовлень на виробництво і постачання товарів, укладання договорів постачання з метою визначення порядку і виконання замовлень та контроль за надходженням товарів і додержанням сторонами умов договору
- Придбання товарів великими партіями з метою їх дальшого перепродажу
- Складний комплекс взаємозв'язаних операцій комерційного і технологічного характеру, які здійснюються над товарами на складах оптових та/або роздрібних торговельних підприємств

В організації оптових закупівель на другому етапі:

- Вивчається попит споживачів
- Установлюється економічна ефективність закупівель, яка є підставою для вдосконалення організації закупівель товарів у майбутньому
- +Розробляється оперативний план закупівель з урахуванням потреби в асортименті, кількості і якості товарів

Обґрунтовується вибір конкретного, найбільш придатного постачальника

До функцій товарних бірж не належить:

- +Нагромадження товарних запасів і забезпечення належних умов їх зберігання
- Концентрація попиту і пропозиції в загальному місці
- Поєднання великої кількості продавців і покупців
- Встановлення об'єктивних цін на товари

Укладання торговельних угод здійснюється такими методами як:

- Метод екстраполяції ряду динаміки, нормативний метод
- Метод експертних оцінок, метод економіко-математичного моделювання
- Нормативний метод, прямий метод
- +Прямий метод, непрямий метод

За яким методом товари закупаються і постачаються від самостійного товаровиробника до споживача на підставі угоди купівлі-продажу?

- +За прямим методом
- За нормативним методом
- За непрямим методом
- За методом експертних оцінок

При організації ярмарків підготовчий етап:

- Забезпечує сторонам умови для узгодження і підписання договорів
- Складається звітність, підбивають я підсумки із зазначенням позитивних та негативних моментів у роботі ярмарку
- +Включає ухвалення рішення і підготовку наказу про проведення ярмарку
- Включає розробку текстів договорів з постачальниками, укладення договорів з ними, підготовку та подання постачальникам плану на відвантаження товарів

До принципів закупівлі не належить:

- Недискримінація учасників
- Відкритість та прозорість на всіх стадіях закупівель
- Добросовісна конкуренція серед учасників
- +Доступність для споживачів

До основних функцій уповноваженого органу у сфері публічних закупівель не належить:

- Узагальнення практики здійснення закупівель, у тому числі міжнародної
- +Встановлення об'єктивних цін на товари
- Аналіз функціонування системи публічних закупівель
- Організація нарад та семінарів з питань закупівель

Торгово-технологічний процес складу – це:

- +Складний комплекс взаємозв'язаних операцій комерційного і технологічного характеру, які здійснюються над товарами на складах оптових та/або роздрібних торговельних підприємств
- Комплекс взаємозв'язаних операцій, котрі послідовно виконуються над товарами протягом усього часу їх перебування на складі
- Передбачення взаємозв'язку і підпорядкування всіх операцій повного циклу технологічного процесу складу єдиному ритму їх виконання

Заміна ручних засобів праці машинами і механізмами. На підприємствах оптової торгівлі навантажувально-розвантажувальні, транспортні і складські роботи складаються з основних і допоміжних операцій

Технологічний процес складу – це:

Заміна ручних засобів праці машинами і механізмами. На підприємствах оптової торгівлі навантажувально-розвантажувальні, транспортні і складські роботи складаються з основних і допоміжних операцій

+Комплекс взаємозв'язаних операцій, котрі послідовно виконуються над товарами протягом усього часу їх перебування на складі

Документи, які передбачають і регулюють тривалість та інтенсивність виконання складських операцій у часі

Форма механізації, її застосовують для заміни ручної праці по управлінню, регулюванню і контролю за машинами й обладнанням пристроями автоматичного управління, що забезпечують потрібну продуктивність, режим і якість роботи без втручання людини

Механізованим складським процесом називають:

+Процес, при якому застосування машин і механізмів забезпечує повну заміну ручної праці на основних підйомно-транспортних операціях, а допоміжні операції виконуються вручну

Передбачення взаємозв'язку і підпорядкування всіх операцій повного циклу технологічного процесу складу єдиному ритму їх виконання

Процес взаємозв'язаних операцій, котрі послідовно виконуються над товарами протягом усього часу їх перебування на складі

Процес, при якому ручна праця як на основних, так і на допоміжних операціях, транспортних і складських роботах замінюється роботою машин і механізмів, а вручну здійснюється лише керування машинами і механізмами

Комплексно-механізованим називають процес:

+Процес, при якому ручна праця як на основних, так і на допоміжних операціях, транспортних і складських роботах замінюється роботою машин і механізмів, а вручну здійснюється лише керування машинами і механізмами

Процес взаємозв'язаних операцій, котрі послідовно виконуються над товарами протягом усього часу їх перебування на складі

Процес, при якому застосування машин і механізмів забезпечує повну заміну ручної праці на основних підйомно-транспортних операціях, а допоміжні операції виконуються вручну

Передбачення взаємозв'язку і підпорядкування всіх операцій повного циклу технологічного процесу складу єдиному ритму їх виконання

Автоматизація складських процесів є:

Взаємозв'язаною операцією, яка послідовно виконується над товарами протягом усього часу;

Процесом використання машин і механізмів

+Вищою формою механізації, її застосовують для заміни ручної праці по управлінню, регулюванню і контролю за машинами й обладнанням пристроями автоматичного управління, що забезпечують потрібну продуктивність, режим і якість роботи без втручання людини

Підпорядкування всіх операцій повного циклу технологічному процесу

Управління торгово-технологічними процесами на складі розуміють як:

+Сукупність прийомів і методів, за допомогою котрих забезпечується виконання різноманітних складських операцій та цілеспрямований вплив на вибір раціональних форм і

методів їх організації з метою підвищення ефективності використання трудових, паливно-енергетичних, фінансових ресурсів і високої якості обслуговування оптових покупців
Вищу форму механізації, для заміни ручної праці по управлінню, регулюванню і контролю за машинами й обладнанням пристроями автоматичного управління

Процес підготовки складу до високої якості обслуговування покупців

Процес, в якому детально регламентується послідовність і методи виконання складських операцій

Технологічна карта – це:

+Документ, в якому детально регламентується послідовність і методи виконання складських операцій та перелік документів, котрі мають складатися під час цієї роботи на основі відповідних інструкцій та нормативних документів

Документи, які передбачають і регулюють тривалість та інтенсивність виконання складських операцій у часі

Процес підготовки складу до високої якості обслуговування покупців

Процес, в якому детально регламентується послідовність і методи виконання складських операцій

Технологічні графіки – це:

Документ, в якому детально регламентується послідовність і методи виконання складських операцій та перелік документів, котрі мають складатися під час цієї роботи на основі відповідних інструкцій та нормативних документів

+Документи, які передбачають і регулюють тривалість та інтенсивність виконання складських операцій у часі

Процес, в якому детально регламентується послідовність і методи виконання складських операцій

Процес взаємозв'язаних операцій, котрі послідовно виконуються над товарами протягом усього часу їх перебування на складі

Карта технологічного процесу складу – це:

Документи, які передбачають і регулюють тривалість та інтенсивність виконання складських операцій у часі

Документ, в якому детально регламентується послідовність і методи виконання складських операцій та перелік документів, котрі мають складатися під час цієї роботи на основі відповідних інструкцій та нормативних документів;

+Документ, який регламентує цикл операцій, котрі виконуються на конкретному складі

Документ, який регламентує цикл операцій, котрі виконуються на різних складах

Сканувальна техніка на товарному складі дозволяє:

+Автоматично отримувати інформацію про надходження та відпуск товарів зі складу і використовувати її в загальній системі управління товарними запасами на складі

Детально регламентується послідовність і методи виконання складських операцій та перелік документів, котрі мають складатися під час цієї роботи на основі відповідних інструкцій та нормативних документів

Передбачати і регулювати тривалість та інтенсивність виконання складських операцій у часі

Отримувати інформацію про надходження товару зі складу

Управління товарними запасами передбачає:

+Нормування (у вигляді нормативів товарних запасів у сумі і днях до товарообігу), оперативний облік і контроль за станом товарних запасів (на основі чинних форм обліку і

звітності), регулювання товарних запасів за рівнем та структурою за допомогою прийняття різноманітних комерційних рішень

Детально регламентування послідовності і методи виконання складських операцій та перелік документів

Спрямування на підтримання на складах оптимальної номенклатури товарів, необхідних для безперебійного постачання роздрібною торговельною мережі

Отримання інформації про надходження товару зі складу

Управління асортиментом товарів спрямоване:

Детально регламентування послідовності і методи виконання складських операцій та перелік документів

+Спрямоване на підтримання на складах оптимальної номенклатури товарів, необхідних для безперебійного постачання роздрібною торговельною мережі

Процес, в якому детально регламентується послідовність і методи виконання складських операцій

Процес, в якому детально регламентується послідовність і методи виконання складських операцій

Управління товарними потоками спрямоване на:

+Скорочення загального часу виконання операцій торгово-технологічного процесу складу та регулювання швидкості й циклічності руху транспортних засобів;

Скорочення тривалості виконання даного циклу робіт завдяки вибору оптимальної структури етапів опрацювання вантажів, уникнення простоїв підйомно-транспортних механізмів, забезпечення ритмічної роботи складів і полегшення роботи складського персоналу всіх категорій;

Підтримання на складах оптимальної номенклатури товарів, необхідних для безперебійного постачання роздрібною торговельною мережі;

Детально регламентування послідовності і методи виконання складських операцій та перелік документів.

Управління навантажувально-розвантажувальними і транспортними операціями на складі спрямоване на:

Скорочення загального часу виконання операцій торгово-технологічного процесу складу та регулювання швидкості й циклічності руху транспортних засобів;

Підтримання на складах оптимальної номенклатури товарів, необхідних для безперебійного постачання роздрібною торговельною мережі;

+Скорочення тривалості виконання даного циклу робіт завдяки вибору оптимальної структури етапів опрацювання вантажів, уникнення простоїв підйомно-транспортних механізмів, забезпечення ритмічної роботи складів і полегшення роботи складського персоналу всіх категорій;

Виконання складських операцій та перелік документів, котрі мають складатися під час цієї роботи на основі відповідних інструкцій та нормативних документів.

Трест – це:

Сукупність материнської компанії та контрольованих нею дочірніх компаній;

Союз між підприємствами для досягнення спільних цілей у певний час; об'єднання окремих осіб, політичних партій, громадських організацій на основі договірних зобов'язань;

+Централізована форма монополістичних об'єднань, в межах якої підприємства-учасники відмовляються від виробничої, комерційної, а інколи й юридичної самостійності і підпорядковуються єдиному управлінню;

Господарське товариство, статутний фонд якого поділений на визначену кількість часток рівної номінальної вартості, виражених в акціях, і яке несе відповідальність за своїми зобов'язаннями усім власним майном.

Хто є основним оператором, який здійснює транспортно-експедиційне обслуговування?

+Підприємства автомобільного транспорту

Підприємства трубопровідного транспорту

Підприємства залізничного транспорту

Підприємства морського транспорту

Що потрібно вирішити при виборі рухомого складу для перевезення вантажів?

+Вид та тип транспортного засобу, підбір транспорту за вантажопідйомністю

Тип та вартість транспортного засобу

Вид та ти транспортного засобу, пошук надійного перевізника

Вид та місткість транспортного засобу, наявність ліцензії для здійснення логістичних операцій

Що таке рефрижераторні вагони?

Вагони, які призначенні для твердо-паливних речовин

Вагони, які призначенні для пасажирських перевезень

+Вагони, які призначені для підтримання низької температури вантажу

Вагони які призначенні для бокового способу розвантаження

Яка мінімальна торговельна площа універсаму?

200 м²

+400 м²

500 м²

650 м²

Основним показником, що використовується при оцінці забезпеченості населення міста мережею магазинів являється...

Торговельна площа усіх магазинів міста

+Торговельна площа магазинів міста у розрахунку на 1000 або 10000 його мешканців

Торговельна площа магазинів міста у розрахунку на 500 його мешканців

Загальна площа магазинів міста у розрахунку на 1000 або 10000 його мешканців.

Із наведених визначень, знайдіть поняття «спеціалізації магазинів»

Форма заходів спрямована на організацію торговельного обслуговування населення

Форма заходів спрямована на відбір складності асортименту товарів магазину

Форма заходів спрямована на відбір технічно досконалих і економічно ефективних типів магазинів для масового поширення

+Форма поділу сфер діяльності між магазинами за товарним асортиментом і ціновим рівнем на товари та послуги відповідно до обраного цільового ринку

Із наведених визначень, знайдіть поняття «типізація магазинів»...

Система заходів спрямована на організацію торговельного обслуговування населення

Система заходів спрямована на відбір складності асортименту товарів магазину

+Система заходів спрямована на відбір технічно досконалих і економічно ефективних типів магазинів для масового поширення

Форма поділу сфер діяльності між магазинами за товарним асортиментом і ціновим рівнем на товари та послуги відповідно до обраного цільового ринку

До якого типу відносять магазин з торговельною площею понад 2500 м² із Широким асортиментом непродовольчих товарів?

Універсам

+Універмаг

Супермаркет

Гіпермаркет

Яка мінімальна торговельна площа універмагу?

1000 м²

1500 м²

2000 м²

+понад 2500 м²

Яка торговельна площа універсаму?

1000 м²

2000 м²

2500 м²

+400 – 2499м²

До якої групи магазинів, за асортиментною спеціалізацією, відносять магазин «спорттовари»?

Вузькоспеціалізованих

Спеціалізованих

+Комбінованих

Змішаних.

Які із перелічених видів є реалізацією товарів і змінення уречевленої форми вартості на грошову, що виконується переважно при продажу товарів через роздрібні підприємства?

+Функції роздрібних торговельних підприємств

Форми роздрібних торговельних підприємств

Принципи роздрібних торговельних підприємств

Фактори роздрібних торговельних підприємств

До яких операцій, які виконуються в магазинах, відносяться операції безпосереднього обслуговування покупців; підготовча робота з обслуговування покупців; операції, пов'язані з процесом зберігання товарних запасів?

Торгово-технологічні операції

Торгові операції

+Технологічні операції

Виробничі операції

Які технологічні операції, забезпечують процес продажу товарів і обслуговування покупців, — викладання товарів у торговому залі, самостійний відбір товарів покупцями з обладнання торгового залу або відпуск товарів, викладених на робочому місці продавця, надання покупцям додаткових послуг?

+Операції безпосереднього обслуговування покупців

Підготовча робота з обслуговування покупців

Операції, пов'язані з процесом зберігання товарних запасів

Операції, пов'язані з процесом перевезення товарних запасів

Які технологічні операції належать операціям, пов'язаних з процесом підготовки товарів до продажу, — обробка товарів, їх фасування, переміщення в торговий зал?

Операції безпосереднього

Обслуговування покупців

+Підготовча робота з обслуговування покупців

Операції, пов'язані з процесом зберігання товарних запасів

Операції, пов'язані з процесом перевезення товарних запасів

Які технологічні операції, пов'язаних із процесом зберігання товарних запасів, охоплює приймання товарів, їх переміщення до місць зберігання, зберігання запасів у встановлених обсягах і асортименті?

Операції безпосереднього обслуговування покупців

Підготовча робота з обслуговування покупців

+Операції, пов'язані з процесом зберігання товарних запасів

Операції, пов'язані з процесом перевезення товарних запасів

Який кодекс регулює господарські відносини, що виникають у процесі організації та здійснення господарської діяльності між суб'єктами господарювання, а також між цими суб'єктами та іншими учасниками відносин у сфері господарювання?

Цивільний кодекс України

+Господарський кодекс України

Бюджетний кодекс України

Митний кодекс України

Споживач має право вимагати від продавця, щоб якість придбаного ним товару відповідала вимогам нормативних документів, умовам договорів, а також інформації про товар, яку надає продавець. Продавець, виробник або підприємство, що виконує їхні функції, зобов'язані...

+Прийняти товар неналежної якості у споживача і задовольнити його вимоги

Не прийняти товар неналежної якості у споживача і не задовольнити його вимоги

Прийняти товар неналежної якості у споживача і не задовольнити його вимоги

Не прийняти товар

У разі відсутності нормативних документів, що містять обов'язкові вимоги до товару, використання якого може завдати шкоди життю здоров'ю споживача, навколишньому природному середовищу, а також майну споживача, відповідні органи державної виконавчої влади, що здійснюють державний захист прав споживачів, зобов'язані...

+Негайно заборонити випуск і реалізацію таких товарів

Дозволити випуск і реалізацію таких товарів

Дозволити реалізацію таких товарів
Дозволити випуск таких товарів

Споживачам надається право обміняти впродовж _____ днів, не враховуючи дня купівлі, непродовольчий товар належної якості на аналогічний у продавця, у якого він був придбаний, якщо товар не підійшов за формою, габаритами, фасоном, кольором, розміром або з інших причин не може бути ним використаний за призначенням.

- +14 днів
- 28 днів
- 60 днів
- 90 днів

Які найважливіші операції обслуговування, від швидкості виконання яких значною мірою залежить наявність черг до кас та пропускна спроможність магазину?

Зустріч і виявлення попиту покупців

+Підрахування вартості купівель і розрахунки з покупцем

Допомога у виборі товару продавцем

Консультація

Знайдіть правильне визначення поняття «склад»?

+Спеціалізоване приміщення для приймання, обробки, складування та розподілу вантажів

Підприємство роздрібною торгівлі з широкою номенклатурою дорогих ходових марочних товарів за зниженими цінами

Організація розташована поблизу житлового району, яка працює з ранку і допізна без вихідних і пропонує обмежений асортимент ходових товарів повсякденного попиту

Це торговельна організація, яка здійснює продаж товарів обмеженого асортименту (продукти харчування), з продовженим графіком роботи.

Із наведених нище визначень, знайдіть, що є «аутсорсингом»?

Вид підприємницької діяльності через Інтернет, який полягає в реалізації товарів посередником

+Передача непрофільної функції компанії сторонньому підряднику для її здійснення на професійному рівні

Форма співпраці між юридично та фінансово незалежними сторонами, в рамках якої одна сторона, що володіє успішним бізнесом, відомою торговою маркою, ноу-хау, комерційними таємницями, репутацією та іншими нематеріальними активами, дозволяє іншій стороні користуватися цією системою на певних умовах

Оренда певного бренду або торгової марки, придбання права користуватися всіма її напрацюваннями, технологіями, репутацією для отримання власної вигоди у вигляді прибутку

Скільки основних етапів є в організації складування?

- 5 етапів
- 3 етапи
- +6 етапів
- 4 етапи

Із нижче наведених показників виберіть, які є важливі показники аутсорсингу?

+Наявність гарантій, страховки, позитивних відгуків, готовність працювати з нестандартними продуктами та маршрутами

Наявність гарантій та страховки, готовність працювати з нестандартними продуктами та маршрутами

Наявність гарантій, страховки, позитивних відгуків, можливість працювати у святкові дні

Наявність гарантій, страховки, негативних відгуків, готовність працювати зі стандартними продуктами та маршрутами

III РІВЕНЬ

Розрахуйте річний обсяг складського товарообігу ПП «Скеля» якщо для торговельного підприємства ПП «Садок» він склав 1740 тис. грн., а товарообіг ПП «Скеля» становив на 38,5% менше ПП «Садок». На ПП «Скеля» днів обороту товарів – 42, середня вартість одного вагона – 55 тис.

2409,9 тис. грн.

+1070,1 тис. грн.

2,2 умовних вагонів

669,9 тис. грн.

Розрахуйте різницю і річному обсязі складського товарообігу ПП «А» та ПП «Б» якщо для торговельного підприємства ПП «А» він склав 780 тис. грн., а товарообіг ПП «Б» становив на 28,5% менше ПП «А».

2409,9 тис. грн.

+1070,1 тис. грн.

2,2 умовних вагонів

669,9 тис. грн.

Розрахуйте різницю у річному обсязі складського товарообігу ПП «А» та ПП «Б» якщо для торговельного підприємства ПП «А» він склав 780 тис. грн., а товарообіг ПП «Б» становив на 28,5% менше ПП «А». Днів обороту товарів на ПП «А» – 20, а на ПП «Б» – 15.

1002,3 тис. грн.

+222 300 грн.

557,7 тис. грн.

27 885 тис. грн.

Розрахуйте максимальну величину товарних запасів (умовних вагонів). Річний обсяг складського товарообігу торговельного підприємства ПП «Рома» склав 15220 тис. грн. Днів обороту – 34, середня вартість одного вагона – 510 тис. грн., коефіцієнт нерівномірності поповнення запасів – 1,25.

646 850 тис. грн.

1,27 умовних вагонів

29,8 умовних вагонів

+3,47 умовних вагонів

Річний обсяг складського товарообігу торговельного підприємства ПП «Ласунка» склав 1945 тис. грн. Днів обороту – 18, середня вартість одного вагона – 59 тис. грн., коефіцієнт нерівномірності поповнення запасів – 1,1. Розрахуйте величину максимального товарного запасу в умовних вагонах на ПП «Ласунка».

38 511 тис. грн.

652,73 умовних вагонів

+1,79 умовних вагонів
32,97 умовних вагонів

Річний обсяг складського товарообігу торговельного підприємства ПП «Економ» на 18,5% менший за величину товарообороту підприємства «Реал», де складський товарообіг склав 11 945 тис. грн. Розрахуйте річний обсяг складського товарообігу ПП «Економ».

2209,825 тис. грн.

14154,825 тис. грн.

645,67 тис. грн.

+9735,175 тис. грн.

Річний обсяг складського товарообігу торговельного підприємства ПП «Економ» на 18,5% менший за величину товарообороту підприємства «Реал», де складський товарообіг склав 11 945 тис. грн. Розрахуйте на скільки річний обсяг складського товарообігу ПП «Економ» більший у грошовому вимірі.

+2209,825 тис. грн.

14154,825 тис. грн.

645,67 тис. грн.

9735,175 тис. грн.

Річний обсяг складського товарообігу торговельного підприємства ПП «Економ» на 18,5% більший за величину товарообороту підприємства «Реал», де складський товарообіг склав 11 945 тис. грн. Розрахуйте річний обсяг складського товарообігу ПП «Економ».

2209,825 тис. грн.

+14154,825 тис. грн.

22098,5 тис. грн.

9735,175 тис. грн.

Річний обсяг складського товарообігу торговельного підприємства ПП «А» на 118,5% більший за величину товарообороту підприємства «Б», де складський товарообіг склав 11 945 тис. грн. Розрахуйте річний обсяг складського товарообігу ПП «А».

2209,825 тис. грн.

14154,825 тис. грн.

+29099,825 тис. грн.

9735,175 тис. грн.

Впровадження автоматичної лінії по фасування сипучої продукції на торговельному підприємстві «Хатинка» вартістю 1850 тис. грн. дозволило знизити собівартість одиниці продукції з 22,0 грн. до 19,8 грн. за кілограм. Лінія розрахована на фасування 89 тон продукції в рік. Розрахуйте річну економію (збиток) грошових коштів від вдосконалення торгово-технологічного процесу.

-195,8 грн.

1762,2 тис. грн.

840,9 тон

+195 800 грн.

Удосконалення торгово-технологічного процесу по фасування сипучої продукції на торговельному підприємстві «Хатинка» шляхом впровадження сучасного обладнання вартістю 1460 тис. грн. дозволило знизити собівартість одиниці продукції з 20,0 грн. до 18,9 грн. за кілограм. Лінія розрахована на фасування 54 тон продукції в рік. Розрахуйте величину

економії (збитку) грошових коштів на 1 тону продукції від вдосконалення торгово-технологічного процесу.

59 400 грн.

77 248 тис. грн.

+ 1 100 грн.

1400,6 тис. грн.

Удосконалення торгово-технологічного процесу по фасування сипучої продукції на торговельному підприємстві «Хатинка» шляхом впровадження сучасного обладнання вартістю 1460 тис. грн. дозволило знизити собівартість одиниці продукції з 20,0 грн. до 18,9 грн. за кілограм. Лінія розрахована на фасування 54 тон продукції в рік. Розрахуйте величину річної економії (збитку) грошових коштів від вдосконалення торгово-технологічного процесу.

+59 400 грн.

77 248 тис. грн.

1 100 грн.

1400,6 тис. грн.

Впровадження автоматичної лінії по фасування сипучої продукції на торговельному підприємстві «Хатинка» вартістю 1850 тис. грн. дозволило знизити собівартість одиниці продукції з 22,0 грн. до 19,8 грн. за кілограм. Лінія розрахована на фасування 89 тон продукції в рік. Розрахуйте обсяг випуску, який забезпечує точку окупності капіталовкладень від вдосконалення торгово-технологічного процесу.

-195,8 грн.

93,43 тон

+840,9 тон

84,09 тон

Розрахуйте потребу в корисній ємності (m^3) складської площі на основі величини товарних запасів шляхом розрахунку на 3,8 умовних вагони товарів. В якості умовного піддону приймається піддон об'ємом $1 m^3$ ($800 \times 1200 \times 1050$ мм), в одному вагоні вміщується 42 умовних піддони. Висота складування товарів – 1,0 м.

161,1 m^3

+159,6 m^3

168 m^3

3,8 m^3

Розрахуйте потребу в корисній складській площі (m^2) на основі її ємності (m^3) шляхом розрахунку на 3,8 умовних вагони товарів. В якості умовного піддону приймається піддон об'ємом $1 m^3$ ($800 \times 1200 \times 1050$ мм), в одному вагоні вміщується 42 умовних піддони. Висота складування товарів – 2,0 м.

+161,1 m^2

159,6 m^3

168 m^3

79,8 m^2

Розрахуйте потребу в корисній складській площі (m^2) на основі її ємності (m^3) шляхом розрахунку на 3,8 умовних вагони товарів. В якості умовного піддону приймається піддон об'ємом $1 m^3$ ($800 \times 1200 \times 1050$ мм), в одному вагоні вміщується 42 умовних піддони. Висота складування товарів – 3,0 м.

161,1 м²
 53,2 м²
 +168 м³
 79,8 м²

Розрахуйте потребу у корисній складській площі на основі величини товарних запасів на 9,4 умовних вагони товарів при штабельному складуванні. Норма площі зберігання на 1 умовний вагон для товарів, укладених у штабелі, складає 25 м², а для товарів, що зберігаються в розпакованому вигляді на стелажах при висоті укладання 2,5 м – 40 м². Висота складування товарів – 2,5 м.

235 м³
 376 м³
 +235 м²
 141 м²

Розрахуйте потребу у складській площі на основі величини товарних запасів на 9,4 умовних вагони товарів при стелажному складуванні. Норма площі зберігання на 1 умовний вагон для товарів, укладених у штабелі, складає 25 м², а для товарів, що зберігаються в розпакованому вигляді на стелажах при висоті укладання 2,5 м – 40 м². Висота складування товарів – 2,5 м.

235 м³
 +376 м²
 235 м²
 141 м²

Розрахуйте потребу у корисній складській площі на основі величини товарних запасів на 9,4 умовних вагони товарів при штабельному складуванні. Норма площі зберігання на 1 умовний вагон для товарів, укладених у штабелі, складає 25 м², а для товарів, що зберігаються в розпакованому вигляді на стелажах при висоті укладання 2,5 м – 40 м². Висота складування товарів – 1,8 м.

235 м³
 326,65 м³
 +235 м²
 141 м²

Розрахуйте потребу у складській площі на основі величини товарних запасів на 9,4 умовних вагони товарів при стелажному складуванні. Норма площі зберігання на 1 умовний вагон для товарів, укладених у штабелі, складає 25 м², а для товарів, що зберігаються в розпакованому вигляді на стелажах при висоті укладання 2,5 м – 40 м². Висота складування товарів – 1,8 м.

235 м³
 +522,64 м²
 235 м²
 141 м²

Розрахуйте різницю корисної складської площі на основі величини товарних запасів при стелажному та штабельному складуванні на 9,4 умовних вагони товарів. Норма площі зберігання на 1 умовний вагон для товарів, укладених у штабелі, складає 25 м², а для товарів, що зберігаються в розпакованому вигляді на стелажах при висоті укладання 2,5 м – 40 м². Висота складування товарів – 2,5 м.

135 м³
 56,4 м²

235 м²
+141 м²

Розрахуйте потребу у корисній складській площі на основі величини товарних на 18,7 умовні вагони товарів при стелажному складуванні. Норма площі зберігання на 1 умовний вагон для товарів, укладених у штабелі, складає 25 м², а для товарів, що зберігаються в розпакованому вигляді на стелажах при висоті укладання 2,5 м – 40 м². Висота складування товарів – 2,5 м.

187 м²
467,5 м²
+748 м²
299,2 м²

Розрахуйте потребу у корисній складській площі на основі величини товарних на 18,7 умовні вагони товарів при штабельному складуванні. Норма площі зберігання на 1 умовний вагон для товарів, укладених у штабелі, складає 25 м², а для товарів, що зберігаються в розпакованому вигляді на стелажах при висоті укладання 2,5 м – 40 м². Висота складування товарів – 2,5 м.

187 м²
+467,5 м²
748 м²
299,2 м²

Розрахуйте потребу у корисній складській площі на основі величини товарних на 18,7 умовні вагони товарів при штабельному складуванні. Норма площі зберігання на 1 умовний вагон для товарів, укладених у штабелі, складає 25 м², а для товарів, що зберігаються в розпакованому вигляді на стелажах при висоті укладання 2,5 м – 40 м². Висота складування товарів – 5 м.

187 м²
467,5 м²
+233,75 м²
299,2 м²

Розрахуйте потребу у корисній складській площі на основі величини товарних на 18,7 умовні вагони товарів при стелажному складуванні. Норма площі зберігання на 1 умовний вагон для товарів, укладених у штабелі, складає 25 м², а для товарів, що зберігаються в розпакованому вигляді на стелажах при висоті укладання 2,5 м – 40 м². Висота складування товарів – 2,5 м.

187 м²
467,5 м²
748 м²
+374 м²

Розрахуйте потребу у корисній складській площі на основі величини товарних запасів шляхом врахування ємності (м³) на 12,9 умовних вагони товарів. В якості умовного піддону приймається піддон площею 1 м² об'ємом 1 м³ (800×1200×1050 мм), в одному вагоні вміщується 42 умовних піддони. Висота складування товарів – 3 м.

541,8 м²
270,9 м²
+180,6 м²
21 м²

Розрахуйте потребу у корисній складській площі на основі величини товарних запасів шляхом врахування ємності (м³) на 12,9 умовних вагони товарів. В якості умовного піддону приймається піддон площею 1 м² об'ємом 1 м³ (800×1200×1050 мм), в одному вагоні вміщується 42 умовних піддони. Висота складування товарів – 2 м.

541,8 м²
 +270,9 м²
 180,6 м²
 21 м²

Повна собівартість виготовлення продукції А склала 120 грн. Рентабельність одиниці виробу для виробника складає 30%. Визначити оптову ціну виробника (не відпуску) одиниці виробу, якщо в середньому за місяць випускається та реалізується 8 тис. Виробів. Ставка ПДВ згідно з діючим законодавством.

36 грн.
 +156 грн.
 187,2 грн.
 144 грн.

Повна собівартість виготовлення продукції А склала 120 грн. Рентабельність одиниці виробу для виробника складає 30%. Визначити річний прибуток підприємства–виробника, якщо в середньому за місяць випускається та реалізується 8 тис. Ставка ПДВ згідно з діючим законодавством.

36 грн.
 +3 456 000 грн.
 187,2 тис. грн.
 288 000 грн.

Повна собівартість виготовлення продукції А склала 120 грн. Рентабельність одиниці виробу для виробника складає 30%. Визначити місячний прибуток підприємства–виробника, якщо в середньому за місяць випускається та реалізується 8 тис. Ставка ПДВ згідно з діючим законодавством.

36 грн.
 3 456 000 грн.
 187,2 тис. грн.
 +288 000 грн.

Повна собівартість виготовлення продукції А склала 120 грн. Рентабельність одиниці виробу для виробника складає 30%. Визначити місячну собівартість продукції прибуток підприємства–виробника, якщо в середньому за місяць випускається та реалізується 8 тис. одиниць. Ставка ПДВ згідно з діючим законодавством.

+ 960 000 грн.
 1 248 000 грн.
 1 152 000 грн.
 288 000 грн.

Собівартість виробу –150 грн., рентабельність виробу для виробника –25%, ПДВ –20%. Визначити відпускну ціну виробника.

150 грн.
 195 грн.
 180 грн.

+225 грн.

Визначити величину прибутку в доході від реалізації при рівні прибутковості 21%, якщо підприємство, виходячи із власних інтересів та чинного законодавства, планує отримати виручку 1,4 млн. грн. без ПДВ.

294 000 грн.

66 666 грн.

1 106 000 грн.

+ 242 975,2 грн.

Товарооборот торговельного підприємства склав за рік 2000 тис. грн., загальна сума витрат обігу становить 650 тис. грн. Яким буде рівень витрат обігу ?

650 тис. грн.

0,325

+32,5%

1350000 грн.

Підприємства роздрібною торгівлі певного виду класифікують на типи в залежності від розміру торгової площі і застосовуваних форм торговельного обслуговування. З нового року на вул. Чернівецькій відкрився новий роздрібний торговельний магазин «Нові електротовари від Феді». Віднесіть даний магазин до правильного класифікаційного виду.

Універсальний магазин

+Спеціалізований непродовольчий магазин

Магазин іншої товарної спеціалізації

Неспеціалізований непродовольчий магазин

Підприємства роздрібною торгівлі певного виду класифікують на типи в залежності від розміру торгової площі і застосовуваних форм торговельного обслуговування. Протягом багатьох років на території гіпермаркету «Сізам» працював комісійний магазин «Друга спроба». Під час закриття даного магазину виникли питання щодо коректного запису у документах видів відповідних магазинів «Сізам» та «Друга спроба».

«Сізам» виступає магазином іншої товарної спеціалізації, а «Друга спроба» є універсальним магазином

+«Сізам» виступає універсальним магазином, а «Друга спроба» є неспеціалізований непродовольчий магазин

«Сізам» виступає спеціалізованим непродовольчим магазином, а «Друга спроба» є універсальним магазином

«Сізам» виступає універсальним магазином, а «Друга спроба» є магазин іншої товарної спеціалізації

Підприємства роздрібною торгівлі певного виду класифікують на типи в залежності від розміру торгової площі і застосовуваних форм торговельного обслуговування. У 2019 році на вул. Центральній відбулося відкриття нового роздрібною торговельного магазину «Мінеральні води Буковини». Віднесіть даний магазин до правильного класифікаційного виду.

+Спеціалізований продовольчий магазин

Спеціалізований непродовольчий магазин

Магазин іншої товарної спеціалізації

Неспеціалізований непродовольчий магазин

Підприємства роздрібної торгівлі певного виду класифікують на типи в залежності від розміру торгової площі і застосовуваних форм торговельного обслуговування. У 2020 році на вул. Руській планується відкриття нового роздрібного торговельного магазину «Золота рибка», який спеціалізується на зоотоварах. Віднесіть даний магазин до правильного класифікаційного виду.

Спеціалізований продовольчий магазин
 Спеціалізований непродовольчий магазин
 +Магазин іншої товарної спеціалізації
 Неспеціалізований непродовольчий магазин

Гастроном «Колос» та гастроном «Солома» спеціалізуються на різних товарах продовольчої та непродовольчої продукції. Підприємства роздрібної торгівлі певного виду класифікують на типи в залежності від розміру торгової площі і застосовуваних форм торговельного обслуговування. Віднесіть дані магазини до правильного класифікаційного виду.

+Універсальні магазини
 Спеціалізовані непродовольчі магазини
 Магазини іншої товарної спеціалізації
 Неспеціалізовані непродовольчі магазини

Магазини «Риба свіжа та морожена», «М'ясо Буковини» та «Ковбаси з Карпат» працюють у гіпермаркеті «Карпати». Підприємства роздрібної торгівлі певного виду класифікують на типи в залежності від розміру торгової площі і застосовуваних форм торговельного обслуговування. Віднесіть магазини «Риба свіжа та морожена», «М'ясо Буковини» та «Ковбаси з Карпат» до правильного класифікаційного виду.

+ Спеціалізовані продовольчі магазини
 Спеціалізовані непродовольчі магазини
 Магазини іншої товарної спеціалізації
 Неспеціалізовані непродовольчі магазини

Давид Іванович у 2020 році на вул. Українській планує відкриття ще одного мінімаркету «Продукти». Оберіть правильну категорію класифікаційного виду даного магазину до якого Давид Іванович відніс мінімаркет «Продукти».

Спеціалізовані продовольчі магазини
 Спеціалізовані непродовольчі магазини
 +Неспеціалізовані продовольчі магазини
 Неспеціалізовані непродовольчі магазини

Здійснюючи вибір неспеціалізованих непродовольчих магазинів комісія здійснила помилку та віднесла магазини «Меблі», «Господарські товари» та «Електротовари». Допоможіть комісії обрати правильні типи магазинів даного виду неспеціалізованих непродовольчих магазинів.

«Мінеральні води», «Одяг», «Взуття», «Тканини», «Промтовари»;
 «Природа», «Насіння», «Зоомагазин», «Книги», «Все для дому», «Товари для дітей», «Товари для жінок»
 «Мінеральні води», «Одяг», «Взуття», «Тканини», «Промтовари», «Книги», «Все для дому», «Товари для дітей», «Товари для жінок»
 +«Будинок торгівлі», «Все для дому», «Товари для дітей», «Товари для жінок», «Промтовари», «Комісійний магазин»

Магазин convenient store (у дослівному перекладі з англ. «Зручний магазин», – магазин

крокової доступності), відрізняється невеликою торговою площею – 100-400 кв.м, на якій представлені товари щоденного попиту, як продукти харчування, так і господарські товари. Основним завданням магазину є збільшення не кількості товарів, придбаних за одне відвідування, а зростання кількості постійних покупців. Популярність цієї форми пояснюється тим, що зайняті споживачі воліють якомога менше часу витратити на покупку товарів повсякденного попиту, тому намагаються вибирати магазини, які знаходяться по дорозі з роботи додому. До якого виду можна віднести даний тип магазинів?

+Універсальні магазини

Спеціалізовані непродовольчі магазини

Магазини іншої товарної спеціалізації

Неспеціалізовані непродовольчі магазини

Підприємство роздрібною торгівлі, що реалізує продовольчі і непродовольчі товари універсального асортименту переважно за формою самообслуговування, торговою площею у США - від 4 тис. кв.м, у Франції - від 2,5 тис. кв.м., а в Україні даний вид магазину займає площу від 5 тис. кв.м. Оберіть правильний вид даного підприємства роздрібною торгівлі.

Гастроном

Універмаг

+Гіпермаркет

Універсам

У селі Чагор планується відкриття підприємства роздрібною торгівлі, яке характеризується великим магазином з широким асортиментом товарів, обов'язково включають одяг, а запланована площа від 650 кв.м. (хоча в міській торгівлі характеризується торговою площею від 3,5 тис. кв.м.). Таке підприємство матиме прилавки та самообслуговування, обслуговування за зразками, за каталогами, індивідуальне обслуговування. Оберіть будь ласка правильний вид даного підприємства роздрібною торгівлі.

Гастроном

+Універмаг

Гіпермаркет

Універсам

Велика компанія «Стайл» відкрила підприємство роздрібною торгівлі, що має торгову площу понад 400 кв.м. Асортимент товарів даного магазину включає понад 2000 найменувань. Непродовольчі товари складають в його асортименті близько 30%. Для супермаркетів характерні широка викладка розфасованих, зручно розташованих товарів і швидке обслуговування покупців. Оберіть будь ласка правильний вид даного підприємства роздрібною торгівлі.

Гастроном

Універмаг

Гіпермаркет

+Універсам

У магазині «Подарунок від серця» працюють кілька обов'язкових секцій: молочна, м'ясна, гастрономічна, напоїв, бакалії, хлібобулочних виробів, супутніх товарів, а площа складає понад 400 кв.м. До якого виду належить магазин роздрібною торгівлі, якщо він реалізує продовольчі товари універсального асортименту з переважанням в ньому гастрономічних продуктів?

+Гастроном

Універмаг

Гіпермаркет
Універсам

Вперше для Чернівців міською радою був обраний проект по забудові підприємства роздрібною торгівлю торгова площа якого складатиме 600 кв.м. та характерною деталлю буде відсутність в торговому залі продавців. Планують будівництво в житловому районі і орієнтуються на обслуговування мешканців прилеглих кварталів, які не бажають платити зайві гроші за товари повсякденного попиту. Який саме вид торгівельного магазину був обраний міською радою?

Карго
+Дискаунт
Кауфхалле
Конвіннесонтер

Компанія «Попкорн» характеризується фактичним товарооборотом за звітний період (2019 рік) склав 1250 тис. грн. Товарні запаси на кінець звітного року були у сумі 166,7 тис. грн. Зауважимо, що в економічних розрахунках прийнято вважати, що в році в середньому 360 днів. Визначте середньоденних товарооборот.

$T_{\partial} = 10,3$ тис. грн.
 $T_{\partial} = 6,7$ тис. грн.
 $T_{\partial} = 9.29$ тис. грн.
 $+T_{\partial} = 3.47$ тис. грн.

Компанія «Все для жінок» характеризується фактичним товарооборотом за звітний період (2018 рік) склав 8451 тис. грн. Товарні запаси на кінець звітного року були у сумі 1248,7 тис. грн. Зауважимо, що в економічних розрахунках прийнято вважати, що в році в середньому 360 днів. Визначте середньоденних товарооборот.

$T_{\partial} = 2,3$ тис. грн.
 $+T_{\partial} = 6,77$ тис. грн.
 $T_{\partial} = 9,7$ тис. грн.
 $T_{\partial} = 16.15$ тис. грн.

Визначте вантажообігу складу «Торгіон», якщо середня вартість 1 тонни вантажів становить 20 тис. грн., а оптово-складський товарообіг складу складає 500 тис. грн.

720 тис. грн.
380 тис. грн.
+25 тис. грн.
900 тис. грн.

Відкрився великий склад «Правчиня», допоможіть економісту визначити пропускну спроможність складу, якщо 34 рази здійснюється оборотність запасу серветок для дітей за рік, а місткість складу становить 380 тис. грн.

14 тис. грн.
46 тис. грн.
30 тис. грн.
+12920 тис. грн.

У зв'язку з розширенням компанії «Зірка студіо» довелося докупити новий склад. Для кращого функціонування визначте вантажообігу складу «Зірка студіо», якщо оптово-складський товарообіг складу складає 48000 тис. грн., а середня вартість 1 кубометрів

вантажів становить 5000 тис. грн.
 +9,6 тис. грн.
 54 тис. грн.
 66 тис. грн.
 87 тис. грн.

Компанія «СоваСов» характеризується фактичним товарооборотом за звітний період (2019 рік) склав 3560 тис. грн. Товарні запаси на кінець звітного року були у сумі 200,7 тис. грн. Зауважимо, що в економічних розрахунках прийнято вважати, що в році в середньому 360 днів. Визначте середньоденних товарооборот.

$T_{\partial} = 10,3$ тис. грн.
 $T_{\partial} = 6,7$ тис. грн.
 $+T_{\partial} = 9,9$ тис. грн.
 $T_{\partial} = 3,47$ тис. грн.

Фірма «ЛСЛ» характеризується фактичним товарооборотом за звітний період (2018 рік) склав 21889 тис. грн. Товарні запаси на кінець звітного року були у сумі 1248,7 тис. грн. Зауважимо, що в економічних розрахунках прийнято вважати, що в році в середньому 360 днів. Визначте середньоденних товарооборот.

$+T_{\partial} = 60,8$ тис. грн.
 $T_{\partial} = 6,77$ тис. грн.
 $T_{\partial} = 9,7$ тис. грн.
 $T_{\partial} = 16,15$ тис. грн.

Визначте вантажообігу складу «Берізка», якщо середня вартість 1 тонни вантажів становить 488 тис. грн., а оптово-складський товарообіг складу складає 52550 тис. грн.

720,7 тис. грн.
 380,6 тис. грн.
 +107,7 тис. грн.
 900,3 тис. грн.

Відкрився великий склад «Чимня», допоможіть економісту визначити пропускну спроможність складу, якщо 300 рази здійснюється оборотність запасу серветок для дітей за рік, а місткість складу становить 9887 тис. грн.

1425184 тис. грн.
 4849476 тис. грн.
 3000047 тис. грн.
 +2966100 тис. грн.

У зв'язку з розширенням компанії «ССЛП» довелося докупити новий склад. Для кращого функціонування визначте вантажообігу складу «ССЛП», якщо оптово-складський товарообіг складу складає 9874859 тис. грн., а середня вартість 1 кубометрів вантажів становить 9000 тис. грн.

+ 1097,2 тис. грн.
 5498,4 тис. грн.
 6687,7 тис. грн.
 8875,7 тис. грн.

Дмитро Дмитрович виявив бажання відкрити особливий вид організаційно оформленого і регулярно функціонуючого ринку, де здійснюється торгівля 40–45 видами певних товарів

або цінними паперами. Головним завданням даної організації – створення умов для торгівельно-посередницької діяльності. Як називається дана організація?

Оптова база
+Біржа
Брокерська фірма
Аукціон

Оптова компанія по виробництву побутової хімії «Зелена лінія чистоти» відкрили спеціально організовані ринки, які періодично діють у загальновизначених світових торговельних центрах. Як називаються дані ринки?

Оптова база
Біржа
Брокерська фірма
+Аукціон

У великому мегаполісі вирішили відкрити певний суб'єкт ринку, його провідною функцією є зведення контрагентів. Біржові брокери є і продавцями, і покупцями, але в обох випадках брокери виконують разове доручення і діють від імені і за рахунок замовника. Як називається даний суб'єкт ринку?

Оптова база
Біржа
+Брокерська фірма
Аукціон

На ринку продавали цибулю за роздрібною ціною 20 грн/кг, а за оптовою ціною 15,6 грн/кг. За день продали 300 кг, а продали тільки за одну ціну і отримали 4680 грн прибутку. Яку ціну використали на ринку?

+Оптова ціна
Роздрібна ціна
Роздрібну ціну зі знижкою у 3 грн.
150 кг за 20 грн і 150 кг за 15,6 грн.

Велика організація по виробництву туалетного паперу продавала за за оптовою ціною 73,9 грн/уп, а роздрібною ціною 90 грн/уп. За день продали 90 уп, а продали тільки за одну ціну і отримали 8100 грн прибутку. Яку ціну використали на ринку?

Оптова ціна
+Роздрібна ціна
Роздрібну ціну зі знижкою у 5 грн.
45 уп за 90 грн і 45 кг за 73,9 грн.

На ринку продавали капусту за роздрібною ціною 20 грн/кг, а за оптовою ціною 15,6 грн/кг. За день продали 300 кг, а продали тільки за одну ціну і отримали 6000 грн прибутку. Яку ціну використали на ринку?

Оптова ціна
+Роздрібна ціна
Роздрібну ціну зі знижкою у 3 грн.
150 кг за 20 грн і 150 кг за 15,6 грн.

Велика організація по виробництву туалетного паперу продавала за за оптовою ціною 73,9 грн/уп, а роздрібною ціною 90 грн/уп. За день продали 90 уп, а продали тільки за одну ціну і

отримали 6651 грн прибутку. Яку ціну використали на ринку?

+Оптова ціна.

Роздрібна ціна.

Роздрібну ціну зі знижкою у 5 грн.

45 уп за 90 грн і 45 кг за 73,9 грн.

Товарооборот торговельного підприємства «Світ тварин» за 2018 рік складає 38800 грн, а за 2020 рік – 44600 грн. Скільки складає абсолютний приріст?

+5800 грн.

9000 грн.

8400 грн.

2600 грн.

Товарооборот торговельного підприємства «Дачний проект» за 2018 рік складає 38800 грн, а за 2020 рік – 44600 грн. Скільки складає темп росту (зниження)?

300 грн.

+115 грн.

400 грн.

900 грн.

Товарооборот торговельного підприємства «Сонячний простір» за 2018 рік складає 27000 грн, а за 2020 рік – 29600 грн. Скільки складає абсолютний приріст?

3000 грн.

9000 грн.

8400 грн.

+2600 грн.

Товарооборот торговельного підприємства «Грашка» за 2018 рік складає 27000 грн, а за 2020 рік – 29600 грн. Скільки складає темп росту (зниження)?

300 грн.

+110 грн.

400 грн.

900 грн.

Визначте рівень товарних запасів у днях товарообігу, якщо відомо, що товарний запас на 20.02.20 складає 98 тис. грн., а реалізація (товарообіг) одноденна торговельного підприємства складає 12 тис. грн.

6 тис. грн.

+8,2 тис. грн.

7 тис. грн.

4 тис. грн.

Визначте рівень товарних запасів у днях товарообігу підприємства «Сплеш», якщо відомо, що товарний запас на 20.02.20 складає 620 тис. грн., а реалізація (товарообіг) одноденна торговельного підприємства складає 40 тис. грн.

6 тис. грн.

8,2 тис. грн.

+15,5 тис. грн.

4 тис. грн.

В якому проводиться порядку приймання товарів за кількістю?

+Товари в справній тарі по вазі (нетто) і кількості товару в тарі - з розкриттям тари протягом 10 днів, швидкопсувних - не пізніше 24 годин з моменту доставки

Товари в справній тарі по вазі (нетто) і кількості товару в тарі - з розкриттям тари протягом 20 днів, швидкопсувних - не пізніше 48 годин з моменту доставки

Товари в справній тарі по вазі (нетто) і кількості товару в тарі - з розкриттям тари протягом 30 днів, швидкопсувних - не пізніше 72 годин з моменту доставки

Товари в справній тарі по вазі (нетто) і кількості товару в тарі - з розкриттям тари протягом 40 днів, швидкопсувних - не пізніше 24 годин з моменту доставки

В якому проводиться порядку приймання товарів за якістю (на складі покупця)?

+При надходженні товару з іншого населеного пункту - не пізніше 20 днів, а швидкопсувних - не пізніше 24 годин після отримання; при надходженні товару з даного населеного пункту - не пізніше 10 днів, а швидкопсувних - не пізніше 24 годин після отримання

При надходженні товару з іншого населеного пункту - не пізніше 40 днів, а швидкопсувних - не пізніше 24 годин після отримання; при надходженні товару з даного населеного пункту - не пізніше 30 днів, а швидкопсувних - не пізніше 24 годин після отримання

При надходженні товару з іншого населеного пункту - не пізніше 60 днів, а швидкопсувних - не пізніше 24 годин після отримання; при надходженні товару з даного населеного пункту - не пізніше 50 днів, а швидкопсувних - не пізніше 24 годин після отримання

При надходженні товару з іншого населеного пункту - не пізніше 80 днів, а швидкопсувних - не пізніше 24 годин після отримання; при надходженні товару з даного населеного пункту - не пізніше 70 днів, а швидкопсувних - не пізніше 24 годин після отримання

Якої послідовності розміщення зон продажу продовольчих товарів, у практиці вітчизняних магазинів самообслуговування, традиційно додержуються?

+«Хліб і хлібобулочні вироби — бакалійні товари — кондитерські вироби — гастрономічні товари»

«Гастрономічні товари — хліб і хлібобулочні вироби — бакалійні товари — кондитерські вироби»

«Бакалійні товари — хліб і хлібобулочні вироби — кондитерські вироби — гастрономічні товари»

«Кондитерські вироби — гастрономічні товари — хліб і хлібобулочні вироби — бакалійні товари»

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

Основна:

1. Апопій В. В. Комерційна діяльність: підруч. 2-ге вид., перероб. і допов. / Київ : Знання, 2008. 558 с.
2. Балабан П. Ю. Організація торгівлі : навч. посіб. для самост. вивчення дисципліни студентами напряму підгот. 6.030510 «Товарознавство і торг. підприємництво» програми проф. спрямування «Торг. підприємництво» ПУЕТ. / ВНЗ Укоопспілки «Полтав. ун-т економіки і торгівлі» (ПУЕТ). Каф. комерц. діяльності та підприємництва. Полтава : ПУЕТ, 2014. 214 с.
3. Балджи М.Д., Допіра І.А., Однолько В.О. Економіка та організація торгівлі : навчальний посібник. / Київ : Кондор-видавництво, 2017. 368 с
4. Мазаракі А.А., Лагутін В.Д., Герасименко А.Г. Внутрішня торгівля України : монографія. / Київ: КНТЕУ, 2016. 864 с

5. Голошубова Н. О. Організація торгівлі : зб. ситуац. задач, тестів та кросвордів. / Київ. нац. торг.-екон. ун-т. 2-ге вид., переробл. та допов. Київ : КНТЕУ, 2016. 279 с. : іл., табл. Бібліогр.: с. 267-279.
6. Голошубова Н. О. Організація торгівлі : підруч. для студ. вищ. навч. закл.; М-во освіти і науки, молоді та спорту України. / Київ. нац. торг.-екон. ун-т. 2-ге вид., переробл. та доповн. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2012. 679 с.
7. Добрава Н.В., Осипова М.М. Основи бізнесу: навч. посіб. / Одеса: 2018. 305 с.
8. Кобеля З.І., Сибирка Л.А., Мельник О.І. Організація торгівлі : навч. посібник. / Чернівці : ЧНУ, 2019. – 424 с.
9. Організація торгівлі : підруч. для студ. ВНЗ / за ред. В. В. Апопія; М-во освіти і науки України, Львів. комерц. акад. Вид. 2-ге, перероб. та допов. Київ : Центр учб. л-ри, 2008. 628 с.
10. Організація торгівлі : підручник для студ. вищ. навч. закл. / за ред. Апопія В.В.; М-во освіти і науки України, Львів. комерц. акад. 3-є вид. Київ: Центр учб. л-ри, 2009. 628 с.
11. Господарський кодекс України: прийнятий Верховною Радою України 16.01.2003 р. № 436-IV. Редакція від 13.02.2020, підстава - 440-IX. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/436-15/ed20141106>
12. Податковий кодекс України : прийнятий Верховною Радою України 02.12.2010 р. № 2755-VI. Редакція від 07.03.2020, підстава - 490-IX URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2755-17/ed20141108>.
13. Про захист економічної конкуренції: Закон України; прийнятий Верховною Радою України 11 січ. 2001 р. № 2210-III. Редакція від 13.02.2020, підстава - 440-IX URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/406-18/ed20130704>.
14. Про захист прав споживачів: Закон України від 12.05.1991 р. Редакція від 27.02.2020, підстава - 465-IX URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/1023-12> .
15. Порядок провадження торговельної діяльності та правила торговельного обслуговування населення: постанова Кабінету Міністрів України від 15.06.2006 № 833. Редакція від 13.03.2019, підстава - 168-2019-п. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/833-2006-%D0%BF>.
16. Про вдосконалення виставково-ярмаркової діяльності в Україні: Постанова Кабінету Міністрів України від 22.08.2007 № 1065. Редакція від 14.11.2019, підстава - 916-2019-п. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1065-2007-%D0%BF>.
17. Про затвердження Порядку здійснення оптової та роздрібною торгівлі транспортними засобами та їх складовими частинами, що мають ідентифікаційні номери: Постанова Кабінету Міністрів України від 11.11.2009 р. № 1200. Редакція від 14.01.2020, підстава - 1159-2019-п. URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/1200-2009-%D0%B>.
18. Про затвердження Правил торгівлі у розстрочку фізичним особам: Постанова Кабінету Міністрів України від 30.03.2011 № 383-2011-п. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/383-2011-%D0%BF>.
19. Наказ Мінекономіки, європ. інтеграції, МВС України, ДПА України [...]; Наказ, Про затвердження Правил торгівлі на ринках від 26.02.2002 № 57/188/84/105. Редакція від 09.03.2009, підстава - z0183-09. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0288-02>.
20. Інструкція про порядок оформлення суб'єктами господарювання операцій при здійсненні комісійної торгівлі непродовольчими товарами: наказ Міністерства зовнішніх економічних зв'язків і торгівлі України від 08.07.1997 р. № 343. Редакція від 18.02.2008, підстава - z0089-08, z0093-08. URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/z0324-97>.
21. Правила комісійної торгівлі непродовольчими товарами: наказ Міністерства

- зовнішніх економічних зв'язків і торгівлі України від 13.03.1995 р. № 37. Редакція від 20.02.2018, підстава - [z0111-18](#). URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0079-95>.
22. Правила роботи дрібнороздрібної торговельної мережі від 8 липня 1996 року: наказ Міністерства зовнішніх економічних зв'язків і торгівлі України N 369. Редакція від 06.07.2018, підстава - [z0674-18](#). URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/z0372-96>.
23. Правила роздрібної торгівлі непродовольчими товарами: наказ Міністерства економіки України від 19.04.2007 № 104. Редакція від 16.01.2019, підстава - [z0181-18](#). URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/z1257-07>
24. Правила продажу товарів на замовлення та поза торговельними або офісними приміщеннями: наказ Міністерства економіки України від 19 квітня 2007 року N 103. Редакція від 06.07.2018, підстава - [z0674-18](#). URL: http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/RE14448.html

Додаткова:

1. Андрійв Н. М. Організація державного управління інноваційним розвитком вітчизняного підприємництва в системі внутрішньої торгівлі. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2015. (Вип. 4). С. 274-279.
2. Барна М. Ю. Взаємозв'язок між товарообігом та факторними ознаками системи внутрішньої торгівлі України. *Інвестиції: практика та досвід*. 2015. № 4. С. 26-29.
3. Барна М. Ю. Концепція розвитку системи внутрішньої торгівлі України в сучасних умовах трансформації. *Інвестиції: практика та досвід*. 2015. № 10. С. 65-70.
4. Безпарточний М. Г. Розвиток регіонального споживчого ринку в системі ефективного функціонування торговельних підприємств. *Регіональна економіка*. 2017. № 4. С. 43-50.
5. Білявська Ю. В. Формування кодексу організаційної культури підприємства торгівлі. *Молодий вчений*. 2017. № 10 (Ч. 1). С. 87-90.
6. Волошан І. Г. Особливості торговельно-технологічних процесів товароруку підприємств торгівлі. *Економіка розвитку*. 2018. № 3. С. 90-93.
7. Жегус О. В. Інтегрований підхід до організації продажу в роздрібній торгівлі. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2017. № 1. С. 73-83.
8. Зельдіс В. В. Організація торгівлі деривативами на біржах України та світу. *Проблеми економіки*. 2015. № 1. С. 266-273.
9. Кайнара Д. О. Роль торговельних бар'єрів у міжнародній діяльності підприємств. *Ефективна економіка*. 2016. № 3. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4862>.
10. Квасній Л. Г. Управління факторингом на торговельних підприємствах. *Ефективна економіка*. 2016. № 8. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5112>.
11. Князь С. В. Трансферний потенціал інноваційного розвитку промислово-торговельних організацій. *Актуальні проблеми економіки*. 2017. № 7. С. 57-65.
12. Маловичко С.В. Механізм формування та організації управління електронною торгівлею. *Молодий вчений*. 2015. № 9 (Ч. 1). С. 87-90.
13. Маловичко С. В. Тенденції та перспективи розвитку електронної торгівлі в Україні. *Економіка і регіон*. 2017. № 4. С. 67-73.
14. Марценовський В.О. Дослідження особливостей здійснення покупок у торговельних підприємствах мережі Інтернет. *Економіка і регіон*. 2018. № 1. С. 121-127.
15. Мачуга Р. І. Використання Інтернет-технологій та ресурсів для організації міжнародної торгівлі. *Ефективна економіка*. 2016. № 4. С. 17-25.
16. Павлюк В. І. Побудова організаційної структури превентивного антикризового управління підприємством торгівлі. *Молодий вчений*. 2016. № 10 (Ч. 3). С. 408-412.

17. Поддубна Н. М. Організація та функціонування системи внутрішнього контролю роздрібних торговельних підприємств споживчої кооперації. *Актуальні проблеми економіки*. 2017. № 11. С. 359-363.
18. Пурський О. І. Аналіз стану і перспективи розвитку електронної торгівлі в Україні. *Економіка. Фінанси. Право*. 2015. № 6. С. 14-17.

Інтернет ресурси:

1. База українського законодавства в Інтернет. URL: www.lawukraine.com
2. Вінницька державна обласна універсальна наукова бібліотека ім. К.А. Тімірязєва. URL: www.library.vinnitsa.com
3. Велика економічна бібліотека. URL: www.economics.com.ua
4. Державний комітет статистики України. URL: www.ukrstat.gov.ua
5. Дніпропетровська обласна наукова бібліотека. URL: www.libr.dp.ua
6. Електронна бібліотека Львівської комерційної академії. URL: www.dev.lac.lviv.ua/lib
7. Електронна бібліотека. URL: www.lib.com.ua
8. Львівська електронна бібліотека ім. В. Стефаніка. URL: www.lsl.lviv.ua
9. Міністерство економічного розвитку та торгівлі України. URL: www.me.gov.ua
10. Наукова бібліотека Донецького університету. URL: www.library.dongu.donetsk.ua
11. Національна бібліотека наукових видань. URL: www.library.if.ua
12. Національна бібліотека України ім. В.І. Вернадського. URL: www.nbuv.gov.ua
13. Національна парламентська бібліотека. URL: www.alpha.rada.kiev.ua
14. Наукова бібліотека ім. Максимовича. URL: www.lib-gw.univ.kiev.ua
15. Нормативні акти України. URL: www.nau.kiev.ua
16. Одеська державна наукова бібліотека ім. М. Горького. URL: www.ognb.odessa.ua
17. Офіційний сайт Чернівецької області. URL: www.bucoda.cv.ua
18. Офіційний сайт Укоопспілки. URL: <http://uk.wikipedia.org/wiki/Укоопспілка>
19. Офіційний сайт аукціонного будинку «Крістіс». URL: <http://www.christies.com>.
20. Сайт електронного журналу «Ермітаж». URL: <http://www.hermitagemagazine.ru>.
21. Офіційний сайт аукціонного дому «Сотбіс». URL: <http://www.sothebys.com>.