

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ, МОЛОДІ ТА СПОРТУ УКРАЇНИ  
СХІДНОЄВРОПЕЙСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ІМЕНІ ЛЕСІ УКРАЇНКИ  
ІНСТИТУТ ЕКОНОМІКИ ТА МЕНЕДЖМЕНТУ**

**ЗБІРНИК ТЕСТОВИХ ЗАВДАНЬ  
НА КОМПЛЕКСНИЙ ДЕРЖАВНИЙ ЕКЗАМЕН ЗА ФАХОМ  
ДЛЯ СТУДЕНТІВ НАПРЯМУ ПІДГОТОВКИ  
6.030504 «ЕКОНОМІКА ПІДПРИЄМСТВА»  
ОСВІТНЬО-КВАЛІФІКАЦІЙНОГО РІВНЯ «БАКАЛАВР»**

**УДК 330,314,1(075)**

**ББК 65.291.21я73**

Збірник тестових завдань на комплексний державний екзамен за фахом для студентів напряму підготовки 6.030504 «Економіка підприємства» освітньо-кваліфікаційного рівня «бакалавр» / Ліпич Л.Г., Данилюк Т.І., Шостак Л.В., Макара О.В., Лялюк А.М., Ющишина Л.О., Колосок А.М., Ліпич О.А., Марчук В.А. – Луцьк: СНУ ім. Лесі Українки, 2013. – 110 с.

Укладачі:

Ліпич Л.Г., д.е.н., професор  
Данилюк Т.І., к.е.н., доцент  
Шостак Л.В., к.е.н., доцент  
Макара О.В., к.е.н., доцент  
Лялюк А.М., к.е.н., доцент  
Ющишина Л.О., к.е.н., доцент  
Колосок А.М., к.е.н., ст.викладач  
Ліпич О.А., викладач  
Марчук В.А., викладач

Рецензент:

Черчик Л.М., д.е.н., професор

Відповідальний за випуск:

Данилюк Т.І., к.е.н., доцент

Затверджено методичною радою Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки, протокол №\_\_ від \_\_\_\_\_.

Рекомендовано до друку методичною комісією інституту економіки та менеджменту, протокол №\_\_ від \_\_\_\_\_.

Рекомендовано до друку кафедрою економіки і підприємництва та інноваційної діяльності, протокол №\_\_ від \_\_\_\_\_.

© Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки, 2013

## ЗМІСТ

Вступ	4
1. Тестові завдання з дисципліни «Економіка підприємства»	5
2. Тестові завдання з дисципліни «Стратегія підприємства»	24
3. Тестові завдання з дисципліни «Економіка та організація інноваційної діяльності»	34
4. Тестові завдання з дисципліни «Економіка праці і соціально-трудові відносини»	44
5. Тестові завдання з дисципліни «Маркетинг»	55
6. Тестові завдання з дисципліни «Національна економіка»	59
7. Тестові завдання з дисципліни «Організація виробництва»	69
8. Тестові завдання з дисципліни «Потенціал і розвиток підприємства»	79
9. Тестові завдання з дисципліни «Проектний аналіз»	88
10. Задачі	98
Рекомендована література	104

## ВСТУП

В умовах ринкових відносин центр економічної діяльності переміщується до основної ланки всієї економіки – підприємства. Саме на цьому рівні створюється потрібна суспільству продукція та надаються необхідні послуги. На підприємстві зосереджені висококваліфіковані кадри, на ньому вирішується питання економного витрачання ресурсів, застосування високопродуктивної техніки та технології, розробляються бізнес-плани, використовується маркетинг, здійснюється ефективне управління.

Все це потребує глибоких економічних знань. В умовах ринкової економіки виживе лише те підприємство, яке найбільш розумно й компетентно визначить потреби ринку, створить і організує виробництво продукції, яка користується попитом, а також забезпечить високим доходом висококваліфікованих працівників.

Вказані завдання можливо виконати лише при умові високої компетенції фахівців в питаннях економічної політики підприємства.

Значну роль у підготовці таких висококваліфікованих фахівців освітньо-кваліфікаційного рівня «бакалавр» з напрямку підготовки 6.030504 «Економіка підприємства» відіграє перевірка їх знань та вмінь при здачі комплексного державного екзамену за фахом, який в сучасних умовах передбачає використання тестових завдань.

Головним завданням комплексного державного екзамену за фахом є виявлення у випускників спеціальних знань і практичних навичок з комплексу фундаментальних та професійно-орієнтованих навчальних дисциплін.

Для випускників з напрямку підготовки 6.030504 «Економіка підприємства» комплексний державний екзамен за фахом включає такі навчальні дисципліни:

- економіка підприємства;
- стратегія підприємства;
- економіка та організація інноваційної діяльності;
- економіка праці і соціально-трудова відносина;
- маркетинг;
- національна економіка;
- організація виробництва;
- потенціал і розвиток підприємства;
- проектний аналіз.

Запропонований збірник тестових завдань для студентів напрямку підготовки 6.030504 «Економіка підприємства» освітньо-кваліфікаційного рівня «бакалавр» ставить за мету допомогти студентам у підготовці та перевірці своїх знань і вмінь для здачі комплексного державного екзамену за фахом.

## **1. ТЕСТОВІ ЗАВДАННЯ З ДИСЦИПЛІНИ «ЕКОНОМІКА ПІДПРИЄМСТВА»**

### **1. НЕОБОРОТНІ АКТИВИ – ЦЕ:**

1. активи, що використовуються підприємством на протязі виробничого циклу;
2. мобільні активи, які перетворюються в грошові кошти протягом одного року;
3. цінності, що використовуються у виробничій діяльності;
4. активи, що використовуються підприємством у його діяльності протягом тривалого часу;
5. немає правильної відповіді.

### **2. ДО СКЛАДУ ВИРОБНИЧИХ ФОНДІВ ВХОДЯТЬ:**

1. необоротні та оборотні активи;
2. земля, основні засоби, персонал підприємства;
3. персонал підприємства і засоби праці;
4. засоби праці та предмети праці;
5. оборотні активи та обладнання.

### **3. ПЕРІОД ЧАСУ, ВПРОДОВЖ ЯКОГО ПІДПРИЄМСТВО ПЛАНУЄ ВИКОРИСТОВУВАТИ НЕОБОРОТНІ АКТИВИ – ЦЕ:**

1. термін окупності;
2. строк корисного використання;
3. час роботи обладнання;
4. змінність роботи;
5. тривалість кругообігу.

### **4. ДО АКТИВНОЇ ЧАСТИНИ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ ВІДНОСЯТЬСЯ:**

1. будівлі, споруди, інвентар;
2. незавершене виробництво, машини, транспортні засоби;
3. будівлі, споруди, незавершене виробництво, готова продукція;
4. машини, устаткування, передавальні пристрої;
5. земельні ділянки, машини та обладнання.

### **5. ДО ПАСИВНОЇ ЧАСТИНИ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ ВІДНОСЯТЬСЯ:**

1. будівлі, споруди, передавальні пристрої;
2. машини, споруди;
3. устаткування, силові і робочі машини;
4. транспортні засоби, збутова мережа;
5. вимірвальні прилади і техніка.

### **6. ЗА РАХУНОК ЯКИХ ДЖЕРЕЛ ФОРМУЮТЬСЯ КОШТИ, ЯКІ ВКЛАДАЮТЬСЯ В ОСНОВНІ ЗАСОБИ?**

1. прибутку;

2. статутного фонду;
3. банківських кредитів;
4. амортизаційних відрахувань;
5. всі відповіді правильні.

7. ДО НЕМАТЕРІАЛЬНИХ АКТИВІВ ВІДНОСЯТЬ:

1. створення доброї репутації підприємства;
2. землі, що знаходяться у власності підприємства;
3. різновид благодійницької діяльності підприємства;
4. права на використання об'єктів промислової та інтелектуальної власності;
5. засоби, що не використовуються у виробничому процесі.

8. ПЕРВІСНА ВАРТІСТЬ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ СКЛАДАЄТЬСЯ З:

1. витрат на капітальний ремонт та модернізацію;
2. ціни основних засобів, витрат на транспортування і монтаж;
3. амортизаційних відрахувань;
4. переоціненої вартості основних засобів;
5. витрат на демонтаж.

9. ЗАЛИШКОВА ВАРТІСТЬ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ ВІДОБРАЖАЄ:

1. можливу ціну продажу основних засобів;
2. різницю первісної вартості та рівня зносу;
3. перенесену на вироблену продукцію, послуги частину їх вартості;
4. різницю між відновлювальною і первісною вартістю основних засобів;
5. вартість засобів підприємства при ліквідації.

10. ПІД ФІЗИЧНИМ ЗНОСОМ РОЗУМІЮТЬ:

1. непридатність основних засобів до експлуатації;
2. поступова втрата основними засобами первісних експлуатаційних якостей, що призводить до зменшення їх реальної вартості;
3. знецінення діючих засобів під дією НТП;
4. невідповідність науково-технічному прогресу;
5. втрату основними фондами споживної вартості при їх бездіяльності.

11. МОРАЛЬНИЙ ЗНОС ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ — ЦЕ:

1. знецінення діючих засобів під дією НТП;
2. невідповідність їх необхідним вимогам;
3. повна втрата вартості основних засобів або їх частини;
4. поступове перенесення вартості засобів на вартість виготовленої продукції;
5. непридатність основних засобів до експлуатації в порівнянні з існуючими аналогами.

12. АМОТИЗАЦІЯ — ЦЕ:

1. поступове перенесення вартості основних засобів на виготовлену продукцію або на витрати підприємства протягом терміну їх використання;

2. матеріальний знос основних засобів, внаслідок чого вони перестають задовольняти поставлені до них вимоги;
3. втрата вартості основних засобів;
4. процент річних відрахувань від балансової вартості;
5. втрата частини вартості основних засобів під впливом НТП.

13. НОРМА АМОРТИЗАЦІЇ — ЦЕ:

1. поступове погашення вартості основних засобів перенесенням її на собівартість виготовленої продукції;
2. встановлений розмір амортизаційних відрахувань за певний період часу, виражений в процентах до їх первісної (переоціненої) вартості;
3. втрата частини вартості основних засобів під впливом НТП;
4. процент відрахувань від балансової вартості;
5. сума коштів щорічного відрахування до амортизаційного фонду.

14. ВКАЖІТЬ МЕТОДИ ПРИСКОРЕНОЇ АМОРТИЗАЦІЇ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ:

1. виробничий;
2. прямолінійний;
3. кумулятивний та зменшеного залишку за подвійної норми амортизації;
4. рівномірного списання;
5. податковий.

15. ЯКИЙ З ПОКАЗНИКІВ ХАРАКТЕРИЗУЄ ЕФЕКТИВНІСТЬ ВИКОРИСТАННЯ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ?

1. фондвіддача;
2. середньорічна вартість;
3. коефіцієнт зносу;
4. коефіцієнт відновлення;
5. коефіцієнт вибуття.

16. ВИРОБНИЧА ПОТУЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА – ЦЕ:

1. максимально можливий випуск продукції підприємством за певний час у встановленій номенклатурі та асортименті під час повного завантаження обладнання та виробничих площ;
2. те саме, але за умови використання резервного обладнання;
3. максимальний випуск продукції на вузьких місцях;
4. максимальна потужність устаткування, під час використання якої підприємство досягає найбільшого прибутку;
5. максимально можливий випуск продукції одиницею устаткування.

17. ВИРОБНИЧА ПРОГРАМА ПІДПРИЄМСТВА ВИЗНАЧАЄ:

1. плановий обсяг випуску продукції, її номенклатуру;
2. плановий обсяг випуску продукції, необхідні виробничі потужності та матеріальні ресурси;
3. планову виробничу потужність та планову потребу у матеріальних ресурсах;

4. річні обсяги випуску продукції та необхідних ресурсів;
5. кількість та якість виробництва.

#### 18. ОБОРОТНІ АКТИВИ ПІДПРИЄМСТВА — ЦЕ:

1. мобільні активи які грошовими коштами або можуть бути перетвореними в них протягом року чи одного операційного циклу;
2. предмети та засоби праці, термін експлуатації яких не перевищує 1 рік;
3. засоби праці які використовуються в процесі виробництва тривалий час;
4. сукупність матеріально-речових цінностей, що неодноразово беруть участь у процесі виробництва і цілком переносять свою вартість на вартість виготовленої продукції у вигляді амортизаційних відрахувань;
5. усі відповіді вірні.

#### 19. ЗАПАСИ ПІДПРИЄМСТВА – ЦЕ АКТИВИ, ЯКІ:

1. перебувають у процесі виробництва з метою подальшого продажу продукту виробництва;
2. утримуються з метою управління підприємством;
3. утримуються для подальшого продажу за умов звичайної господарської діяльності;
4. утримуються для споживання під час виробництва продукції (робіт, послуг);
5. усі відповіді вірні.

#### 20. ЗАБОРГОВАНІСТЬ ПОКУПЦІВ АБО ЗАМОВНИКІВ ЗА НАДАНІ ЇМ ТОВАРИ, РОБОТИ, ПОСЛУГИ, ФІНАНСОВИХ І ПОДАТКОВИХ ОРГАНІВ ТА ІНШИХ КОНТРАГЕНТІВ – ЦЕ:

1. дебіторська заборгованість;
2. ліквідні цінні папери;
3. кредиторська заборгованість;
4. виробничі запаси;
5. поточна заборгованість.

#### 21. ДО СКЛАДУ ОБОРОТНИХ АКТИВІВ ПІДПРИЄМСТВА ВХОДЯТЬ:

1. запаси, незавершене будівництво, доходи майбутніх періодів;
2. запаси матеріалів, запасних частин, палива, готової продукції на складі;
3. виробничі запаси, незавершене виробництво, витрати майбутніх періодів;
4. запаси, дебіторська заборгованість, грошові кошти та ліквідні цінні папери;
5. товари, виробничі запаси, незавершене виробництво, готова продукція, малоцінні та швидкозношувані предмети.

#### 22. НЕЗАВЕРШЕНЕ ВИРОБНИЦТВО – ЦЕ:

1. незакінчена обробкою продукція на складі;
2. незакінчена продукція, що підлягає подальшій переробці або завершенню виробництва;
3. вартість продукції з незакінченою обробкою, яка знаходиться на обладнанні у цеху;



4. незакінчена продукція, що знаходиться на робочому місці;
5. продукція, обробка якої завершено, але не пройшло випробування.

23. ЗА ДЖЕРЕЛАМИ ФОРМУВАННЯ ОБОРОТНІ АКТИВИ ПОДІЛЯЮТЬСЯ НА:

1. власні, прирівняні до власних, позичені;
2. нормовані і ненормовані;
3. мобільні та немобільні;
4. власні та позикові;
5. основні та допоміжні.

24. МІНІМАЛЬНО НЕОБХІДНА КІЛЬКІСТЬ ДНІВ, НА ЯКУ ТРЕБА ВИЗНАЧИТИ ЗАПАС ДЛЯ НОРМАЛЬНОГО ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВА – ЦЕ:

1. страховий запас;
2. норма запасу оборотних активів;
3. підготовчий запас;
4. технологічний запас;
5. запас поточного поповнення.

25. У ЯКИХ ОДИНИЦЯХ ВИЗНАЧАЮТЬСЯ НОРМАТИВИ ВИРОБНИЧИХ ЗАПАСІВ?

1. у днях виробничої потреби;
2. у натуральних показниках та днях виробничої потреби;
3. у кількості відповідно до виробничої потреби;
4. у натуральних одиницях;
5. у натуральних та вартісних показниках.

26. НОРМА ЗАПАСУ ГОТОВОЇ ПРОДУКЦІЇ НА СКЛАДІ ВИЗНАЧАЄТЬСЯ:

1. періодом постачання матеріальних ресурсів в днях;
2. виходячи з поточних витрат на виготовлення готової продукції;
3. кількістю днів, яка необхідна для підготовки продукції до реалізації;
4. кількістю днів перебування вантажу в дорозі;
5. розміром договірних зобов'язань зі споживачами.

27. ЕФЕКТИВНІСТЬ ВИКОРИСТАННЯ ОБОРОТНИХ АКТИВІВ ХАРАКТЕРИЗУЄТЬСЯ ПОКАЗНИКОМ:

1. оборотність оборотних активів;
2. середньорічний залишок оборотних активів;
3. окупність оборотних активів;
4. кількість оборотних активів;
5. усі відповіді вірні.

28. КІЛЬКІСТЬ ОБОРОТНИХ АКТИВІВ ПІДПРИЄМСТВА, ЩО ПРИПАДАЄ НА ОДНУ ГРИВНЮ РЕАЛІЗОВАНОЇ ПРОДУКЦІЇ ХАРАКТЕРИЗУЄ ПОКАЗНИК:

1. тривалість одного обороту;
2. рентабельність оборотних активів;
3. коефіцієнт завантаження;
4. коефіцієнт оборотності;
5. немає вірної відповіді.

29. КОЕФІЦІЄНТ ОБОРОТНОСТІ ОБОРОТНИХ АКТИВІВ ХАРАКТЕРИЗУЄ:

1. розмір реалізованої продукції, що приходить на 1 грн. виробничих фондів;
2. кількість оборотів за розрахунковий період часу;
3. середню тривалість одного обороту;
4. кількість оборотних активів за відповідний період;
5. немає вірної відповіді.

30. ТРИВАЛІСТЬ ОДНОГО ОБОРОТУ ОБОРОТНИХ АКТИВІВ ВИЗНАЧАЄТЬСЯ ЯК:

1. відношення коефіцієнта оборотності оборотних активів та коефіцієнта завантаження;
2. відношення середньорічного залишку оборотних активів та реалізованої за рік продукції;
3. кількість оборотів за розрахунковий період часу поділені на тривалість періоду в днях;
4. відношення тривалості періоду в днях до коефіцієнта оборотності оборотних активів;
5. відношення реалізованої за рік продукції та середньорічного залишку оборотних активів.

31. МЕТОЮ НОРМУВАННЯ ОБОРОТНИХ АКТИВІВ Є:

1. розрахунок розміру коштів, що вкладаються в мінімальний запас товарно-матеріальних цінностей;
2. визначення раціонально розміру оборотних активів, що відволікаються на певний період у сферу виробництва та сферу обігу;
3. визначення страхових запасів;
4. розрахунок коштів, що необхідні для оновлення основних засобів підприємства;
5. усі відповіді вірні.

32. ОБОРОТНІ АКТИВИ ВИКОРИСТОВУЮТЬСЯ ТИМ ЕФЕКТИВНІШЕ, ЧИМ:

1. більше коефіцієнт оборотності;
2. більше тривалість одного обороту;
3. менше коефіцієнт оборотності;
4. більше коефіцієнт завантаження оборотних активів;
5. коефіцієнт оборотності більший за коефіцієнт завантаження.

**33. ПРИСКОРЕННЯ ОБОРОТНОСТІ ОБОРОТНИХ АКТИВІВ ЗА ІНШИХ РІВНИХ УМОВ:**

1. не зробить впливу на рентабельність;
2. спричинить зменшення рівня рентабельності;
3. спричинить зростання загальної рентабельності;
4. призведе до зменшення обсягу виготовленої продукції;
5. немає правильної відповіді.

**34. ЕФЕКТИВНІСТЬ ВИКОРИСТАННЯ ОБОРОТНИХ АКТИВІВ ЗНАХОДИТЬ ВІДОБРАЖЕННЯ В:**

1. уповільненні їх оборотності;
2. збільшенні розміру їх споживання;
3. підтримці стабільності їх оборотності;
4. прискоренні їх оборотності;
5. немає вірної відповіді.

**35. ЗБІЛЬШЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ОБОРОТНИХ КОШТІВ МОЖЛИВО ЗА РАХУНОК ТАКИХ ЗАХОДІВ:**

1. економія матеріальних ресурсів;
2. зменшення виробничих запасів, поліпшенням організації матеріально-технічного постачання;
3. зменшення строків виготовлення продукції;
4. удосконалення розрахунків із замовниками;
5. всі відповіді правильні.

**36. ВИРОБНИЧА ПРОГРАМА ПІДПРИЄМСТВА – ЦЕ:**

1. плановий обсяг випуску продукції, необхідні виробничі потужності та матеріальні ресурси;
2. система планових завдань із виробництва й доставки продукції споживачам у розгорнутій номенклатурі, асортименті, відповідної якості та у встановлені строки згідно з договорами поставок;
3. планова виробнича потужність та планова потреба у матеріальних ресурсах;
4. плановий обсяг виробництва та реалізації продукції згідно потреб ринку.

**37. АСОРТИМЕНТ ПРОДУКЦІЇ – ЦЕ:**

1. різновиди виробів в межах даної номенклатури;
2. перелік виробів за назвами;
3. склад і співвідношення виробів у загальному обсязі;
4. перелік видів продукції, що виробляється;
5. усі визначення правильні.

**38. НОМЕНКЛАТУРА ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА – ЦЕ:**

1. перелік видів продукції, що розробляються для виготовлення;
2. співвідношення окремих виробів у їх загальному обсязі;

3. план виробництва та збуту продукції;
4. перелік окремих видів продукції;
5. усі визначення правильні.

39. ВАЛОВА ПРОДУКЦІЯ ПІДПРИЄМСТВА ХАРАКТЕРИЗУЄ:

1. весь обсяг виробленої продукції, готової до реалізації;
2. товарну продукцію усіх підрозділів підприємства;
3. чисту продукцію, збільшену на обсяги матеріальних витрат;
4. весь обсяг виробленої продукції з урахуванням приросту незавершеного виробництва та залишків напівфабрикатів;
5. вартість реалізованої продукції за мінусом виробничої собівартості.

40. ВАЛОВИЙ ОБОРОТ ПІДПРИЄМСТВА ХАРАКТЕРИЗУЄ:

1. загальний обсяг продукції, що виготовлена всіма підрозділами підприємства незалежно від призначення;
2. обсяг реалізованої продукції та залишків готової продукції на складах підприємства;
3. загальний обсяг товарної продукції;
4. обсяг товарної продукції на кінець періоду;
5. різницю валової продукції на початок та кінець періоду.

41. ЧИСТА ПРОДУКЦІЯ – ЦЕ:

1. новостворена підприємством вартість;
2. продукція, що виготовлена тільки з матеріалів і напівфабрикатів цього підприємства;
3. продукція, що виготовлена без виробничої кооперації з іншими підприємствами;
4. продукція, що виготовлена понад державне замовлення;
5. товарна продукція без врахування матеріальних витрат.

42. ДО СКЛАДУ ЧИСТОЇ ПРОДУКЦІЇ НЕ ВХОДИТЬ:

1. вартість сировини;
2. вартість матеріалів;
3. вартість електроенергії;
4. сума амортизаційних відрахувань;
5. усе перелічене.

43. ДОДАТКОВУ ВАРТІСТЬ, СТВОРЕНУ НА ПІДПРИЄМСТВІ ЗА ПЕВНИЙ ПЕРІОД ВІДБИВАЄ ПОКАЗНИК:

1. нормативно-чистої продукції;
2. умовно-чистої продукції;
3. реалізованої продукції;
4. чистої продукції;
5. товарної продукції.

44. НОРМАТИВ ЧИСТОЇ ПРОДУКЦІЇ ВКЛЮЧАЄ:

1. валову продукцію за вирахуванням прямих матеріальних витрат;
2. заробітну плату з відрахуваннями на соцстрах і нормативний прибуток;
3. валову продукцію за вирахуванням заробітної плати, відрахувань до бюджету і нормативного прибутку;
4. амортизаційні відрахування;
5. заробітну плату основних та допоміжних робітників.

45. ОБСЯГ ВИРОБЛЕНОЇ ТА ВІДВАНТАЖЕНОЇ СПОЖИВАЧЕВІ ПРОДУКЦІЇ ХАРАКТЕРИЗУЄ:

1. чисту продукцію;
2. валову продукцію;
3. реалізовану продукцію;
4. товарну продукцію;
5. спожиту продукцію.

46. НА ВЕЛИЧИНУ НЕЗАВЕРШЕНОГО ВИРОБНИЦТВА ВПЛИВАЄ:

1. тривалість виробничого циклу;
2. коефіцієнт наростання затрат під час виготовлення одиниці продукції;
3. обсяг виробництва продукції;
4. собівартість одиниці виробу;
5. усі відповіді правильні.

47. ЯКІСТЬ ПРОДУКЦІЇ — ЦЕ:

1. її здатність задовольняти певні потреби споживачів у відповідності до призначення;
2. кількісна характеристика ступеня придатності продукції для задоволення конкретного попиту у ній;
3. сукупність властивостей виробу, які визначають його термін експлуатації;
4. відповідність її стандартам;
5. дотримання технології виробництва.

48. ОДИНИЧНІ ПОКАЗНИКИ ЯКОСТІ ХАРАКТЕРИЗУЮТЬ:

1. групу властивостей виробу;
2. рівень якості сукупної продукції підприємства;
3. кількість властивостей виробу;
4. спосіб вимірювання;
5. стадію визначення значень показників.

49. СЕРТИФІКАЦІЯ ПРОДУКЦІЇ – ЦЕ:

1. процедура, за допомогою якої третя сторона дає письмову гарантію, що продукція, процес чи послуга відповідають встановленим вимогам;
2. створення системи єдиних правил, норм та вимог до продукції (послуги, процесу);

3. процес випробувань продукції з метою підтвердження її конкурентоспроможності;
4. діяльність з метою досягнення оптимального рівня впорядкування в певній галузі;
5. всі відповіді правильні.

50. СЕРТИФІКАТ ВІДПОВІДНОСТІ – ЦЕ ДОКУМЕНТ, ЯКИЙ:

1. засвідчує високий попит на продукцію;
2. підтверджує відповідність сертифікованої продукції вимогам нормативних актів і конкретних стандартів або інших нормативних документів по стандартизації;
3. засвідчує право власності на продукцію;
4. є необхідним для реалізації продукції на міжнародних ринках;
5. підтверджує рівень конкурентоспроможності продукції.

51. ЕКОНОМІЧНІ ВИТРАТИ ЯВЛЯЮТЬ СОБОЮ:

1. грошові платежі постачальникам ресурсів; оплату сировини, палива, заробітну плату, амортизаційні відрахування;
2. всі види виплат постачальникам за сировину та матеріали;
3. усі види виплат підприємства;
4. витрати, що відображають використання ресурсів, що не належать власнику підприємства;
5. витрати, які мають неявний характер та відбивають використання у виробництві ресурсів, які належать власникам підприємства.

52. ВИТРАТИ ПІДПРИЄМСТВА ПОДІЛЯЮТЬСЯ НА ПРЯМІ ТА НЕПРЯМІ ЗА:

1. економічним характером витрат;
2. ступенем їх однорідності;
3. за доцільністю використання;
4. способом перенесення вартості на продукцію;
5. реакцією витрат на зміну обсягу виробництва.

53. ЗА ЯКОЮ ОЗНАКОЮ ВИТРАТИ ПІДПРИЄМСТВА РОЗПОДІЛЯЮТЬ НА ПОСТІЙНІ ТА ЗМІННІ?

1. за економічним характером витрат;
2. залежно від об'єкта калькулювання витрат;
3. за характером віднесення на об'єкт калькулювання витрат;
4. за ступенем впливу обсягів виробництва;
5. залежно від масштабів реалізації.

54. ЗМІННІ ВИТРАТИ – ЦЕ:

1. витрати, безпосередньо пов'язані з виробництвом певного різновиду продукції;
2. витрати, які прямо обчислюються на одиницю продукції;
3. витрати, загальна сума яких за певний час не залежить від обсягу

виготовленої продукції;

4. витрати, загальна сума яких за певний час залежить від обсягу виготовленої продукції;
5. витрати, які не залежать від зміни цін на вхідні ресурси.

**55. ЗА ВИДАМИ ДІЯЛЬНОСТІ ВИТРАТИ ПОДІЛЯЮТЬСЯ НА:**

1. витрати операційної діяльності та витрати на фінансові операції;
2. витрати звичайної діяльності та надзвичайні витрати;
3. витрати операційної діяльності ті іншої звичайної діяльності;
4. витрати на збут, адміністративні витрати;
5. виробничі та невиробничі витрати.

**56. ЗА ВІДНОШЕННЯМ ДО ВИДУ АКТИВІВ, ЯКІ ФОРМУЮТЬСЯ, ВИТРАТИ ПОДІЛЯЮТЬСЯ НА:**

1. прості та комплексні;
2. виробничі та невиробничі;
3. довгострокові, поточні, майбутніх періодів;
4. основні та накладні;
5. економічні елементи та калькуляційні статті.

**57. СОБІВАРТІСТЬ РЕАЛІЗОВАНОЇ ПРОДУКЦІЇ – ЦЕ:**

1. витрати праці на виробництво і реалізацію продукції;
2. виражені в грошовій формі витрати на основні матеріали;
3. витрати на реалізацію продукції;
4. витрати підприємства на виробництво продукції, що виражені у грошовій формі;
5. витрати на виробництво і прибуток підприємства.

**58. ВИРОБНИЧА СОБІВАРТІСТЬ ПРОДУКЦІЇ ВКЛЮЧАЄ:**

1. всі витрати підприємства на виробництво продукції плюс витрати на її реалізацію;
2. прямі матеріальні витрати, прямі витрати на оплату праці, інші прямі витрати, розподілені загальноновиробничі витрати;
3. прямі та непрямі матеріальні витрати, прямі витрати на оплату праці;
4. загальноновиробничі витрати та витрати на збут;
5. прямі матеріальні витрати та витрати на організацію виробничого процесу.

**59. ЗАГАЛЬНОВИРОБНИЧІ ВИТРАТИ - ЦЕ:**

1. усі види виплат підприємства постачальникам за ті ресурси, що були використані;
2. витрати пов'язані з організацією виробництва у цехах і дільницях;
3. грошові платежі постачальникам ресурсів: оплату сировини, палива, заробітну плату, амортизаційні відрахування;
4. витрат на виробництво продукції;
5. немає правильної відповіді.

60. ВИРОБНИЧА СОБІВАРТІСТЬ ПРОДУКЦІЇ ВКЛЮЧАЄ УСІ ВИТРАТИ:

1. підприємства на виробництво продукції плюс витрати на їх реалізацію;
2. одного виробничого підрозділу на виробництво продукції;
3. підприємства на виробництво продукції;
4. підприємства на виробництво продукції без витрат на їх реалізацію;
5. усі відповіді неправильні.

61. КАЛЬКУЛЮВАННЯ – ЦЕ ОБЧИСЛЕННЯ СОБІВАРТОСТІ:

1. валової продукції;
2. товарної продукції;
3. реалізованої продукції;
4. окремих виробів;
5. всі відповіді правильні.

62. КАЛЬКУЛЯЦІЯ СОБІВАРТОСТІ ПРОДУКЦІЇ СКЛАДАЄТЬСЯ:

1. за статтями витрат;
2. в розрізі комплексних статей;
3. за економічними елементами;
4. на визначений період;
5. всі відповіді правильні.

63. ПРОДУКЦІЯ (РОБОТА, ПОСЛУГА), СОБІВАРТІСТЬ ЯКОЇ ОБЧИСЛЮЄТЬСЯ – ЦЕ:

1. калькуляційна одиниця;
2. об'єкт калькулювання;
3. стаття калькуляції;
4. методи калькулювання;
5. немає правильної відповіді.

64. ОДИНИЦЯ КІЛЬКІСНОГО ВИМІРЮВАННЯ ОБ'ЄКТА КАЛЬКУЛЮВАННЯ – ЦЕ:

1. калькуляційна одиниця;
2. калькуляційна стаття;
3. об'єкт калькулювання;
4. методи калькулювання;
5. немає правильної відповіді.

65. КАЛЬКУЛЯЦІЇ, ЩО СТОСУЮТЬСЯ НОВИХ ВИДІВ ПРОДУКЦІЇ, РОБІТ ТА ПОСЛУГ ДЛЯ РОЗРАХУНКУ ВІДПУСКНИХ ЦІН НАЗИВАЮТЬСЯ:

1. кошторисні;
2. планові;
3. нормативні;
4. звітні;
5. немає правильної відповіді.



66. ОСНОВНИМИ ШЛЯХАМИ ЗНИЖЕННЯ СОБІВАРТОСТІ ПРОДУКЦІЇ Є:

1. збільшення обсягу реалізації;
2. скорочення і ліквідація браку;
3. зростання продуктивності праці;
4. економне використання матеріальних ресурсів;
5. всі відповіді правильні.

67. ЦІНА – ЦЕ:

1. норма обміну товару на інший товар;
2. грошовий вираз вартості товару, що відображає його споживчу корисність в конкретних ринкових умовах;
3. грошове вираження витрат підприємства на збут продукції;
4. грошове вираження суми витрат виробництва і непрямих податків;
5. всі відповіді правильні.

68. ДО ФУНКЦІЇ ЦІНИ НЕ ВІДНОСЯТЬ:

1. обліково-інформаційну;
2. соціальну;
3. розподільчу;
4. регулюючу;
5. стимулюючу.

69. ЯКА ФУНКЦІЯ ЦІНИ ЗАБЕЗПЕЧУЄ ПЕРЕРОЗПОДІЛ РЕСУРСІВ, ДОХОДІВ І ФІНАНСІВ У СУСПІЛЬСТВІ:

1. розподільча;
2. обліково-інформаційна;
3. стимулююча;
4. регулююча;
5. немає правильної відповіді.

70. ЗАБЕЗПЕЧУЄ ЗБАЛАНСУВАННЯ МІЖ ПОПИТОМ ТА ПРОПОЗИЦІЄЮ ФУНКЦІЯ:

1. обліково-інформаційна;
2. регулююча;
3. стимулююча;
4. розподільча;
5. немає правильної відповіді.

71. ДО ФАКТОРІВ, ЩО ВПЛИВАЮТЬ НА ОБСЯГ ПРОПОЗИЦІЇ ТОВАРУ ВІДНОСЯТЬ:

1. рівень поточних витрат на виготовлення продукції;
2. науково-технічний прогрес;
3. рівень монополізації товару;
4. цінова політика виробника товару;

5. всі відповіді правильні.

72. ГУРТОВА ЦІНА ПІДПРИЄМСТВА ВИЗНАЧАЄТЬСЯ НА ОСНОВІ СОБІВАРТОСТІ:

1. індивідуальної;
2. зональної;
3. середньогалузевої;
4. регіональної;
5. національної.

73. РОЗДРІБНА ЦІНА ВКЛЮЧАЄ:

1. ціну гуртової організації;
2. надбавки торгової мережі;
3. витрати торгової організації;
4. ПДВ;
5. всі відповіді правильні.

74. ЦІНА ПІДПРИЄМСТВА БЕЗ ПДВ СКЛАДАЄТЬСЯ З:

1. собівартості підприємства;
2. постачальницько-збутової націнки;
3. прибутку підприємства;
4. собівартості та прибутку підприємства;
5. правильної відповіді немає.

75. РОЗДРІБНА ЦІНА ПРОДУКЦІЇ ВІДРІЗНЯЄТЬСЯ ВІД ГУРТОВОЇ ЦІНИ НА ВЕЛИЧИНУ:

1. надбавки гуртової організації;
2. витрат гуртової організації;
3. надбавки та витрат торгової організації;
4. ПДВ підприємства;
5. ПДВ торгової організації.

76. ГУРТОВА ЦІНА ВІДРІЗНЯЄТЬСЯ ВІД ЦІНИ ПІДПРИЄМСТВА НА ВЕЛИЧИНУ:

1. торгової надбавки;
2. надбавки та витрат гуртової організації;
3. постачальницько-збутової націнки;
4. прибутку підприємства;
5. ПДВ.

77. ЦІНИ ПУБЛІЧНОГО ПРОДАЖУ ЗА МАКСИМАЛЬНО ЗАПРОПОНОВАНИМ РІВНЕМ НАЗИВАЮТЬСЯ:

1. аукціонні;
2. тендерні;
3. біржові;

4. ціни торгів;
5. немає правильної відповіді.

78. ДЕРЖАВА КУПУЄ ПРОДУКЦІЮ У СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ВИРОБНИКІВ ЗА ТАКИМИ ЦІНАМИ:

1. виробничими;
2. гуртовими;
3. закупівельними;
4. роздрібними;
5. фіксованими.

79. НИЖЧОЮ ЗА СОБІВАРТІСТЬ ВСТАНОВЛЮЄТЬСЯ ЦІНА:

1. монопольна;
2. постійна;
3. демпінгова;
4. фіксована;
5. тендерна.

80. ЯКА ІЗ ЦІН ВКЛЮЧАЄ ОТРИМАНИЙ ЕФЕКТ ВІД ПІДВИЩЕННЯ ЯКОСТІ ПРОДУКЦІЇ:

1. максимальна;
2. мінімальна;
3. роздрібна;
4. гуртова;
5. немає правильної відповіді.

81. МІНІМАЛЬНА ЦІНА ТОВАРУ ВИЗНАЧАЄТЬСЯ:

1. рівнем витрат підприємства та його прибутком;
2. обліком та аналізом витрат;
3. монопольним статусом фірми;
4. повною собівартістю і прибутком підприємства та величиною економічного ефекту;
5. попитом на продукцію.

82. МЕТОД ЦІНОУТВОРЕННЯ ПРИ ЯКОМУ ДО ВИТРАТ ДОДАЄТЬСЯ ФІКСОВАНИЙ РОЗМІР ПРИБУТКУ НАЗИВАЄТЬСЯ:

1. витрати плюс прибуток;
2. мінімальні витрати;
3. цільове ціноутворення;
4. урахування точки беззбитковості;
5. орієнтований на конкуренцію.

83. МЕТОД ЦІНОУТВОРЕННЯ, ЯКИЙ ПОЛЯГАЄ В ТОМУ, ЩО ПІДПРИЄМСТВО РОЗРАХОВУЄ ЦІНУ, ВИХОДЯЧИ З МІНІМАЛЬНИХ ВИТРАТ І БЕЗ ПЛАНУВАННЯ ПРИБУТКУ НАЗИВАЄТЬСЯ:

1. витрати плюс прибуток;
2. мінімальні витрати;
3. цільове ціноутворення;
4. урахування точки беззбитковості;
5. орієнтований на конкуренцію.

84. ФІНАНСОВА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА – ЦЕ:

1. одержання довгострокових позичок;
2. діяльність, що веде до зміни величини статутного капіталу;
3. фінансування інвестиційних проектів з метою отримання прибутку чи соціального ефекту;
4. діяльність, що веде до змін розміру і складу власного та позикового капіталу підприємства;
5. отримання дивідендів за корпоративними правами інших емітентів.

85. ДОХІД ПІДПРИЄМСТВА Є:

1. одним з найголовніших показників, які відображають його фінансовий стан;
2. показником, який визначає мету підприємницької діяльності;
3. показником, який характеризує основний результаті діяльності підприємства;
4. збільшенням економічних вигод у вигляді надходжень активів або зменшення зобов'язань;
5. всі відповіді правильні.

86. ЗА ПОВНОТОЮ ТА МІСЦЕМ ВІДОБРАЖЕННЯ ДОХОДИ ПІДПРИЄМСТВА КЛАСИФІКУЮТЬСЯ НА:

1. доходи від операційної та фінансової діяльності;
2. бухгалтерські та приховані доходи;
3. доходи від інвестиційної та інноваційної діяльності;
4. зовнішні та внутрішні доходи;
5. всі відповіді правильні.

87. ЗАГАЛЬНА СУМА ДОХОДУ, ЩО ОТРИМУЄ ПІДПРИЄМСТВО ВІД ВСІХ ВИДІВ ДІЯЛЬНОСТІ У ГРОШОВІЙ, МАТЕРІАЛЬНІЙ І НЕМАТЕРІАЛЬНІЙ ФОРМАХ ЯК НА ТЕРИТОРІЇ УКРАЇНИ, ТАК І ЗА ЇЇ МЕЖАМИ, ЗА ПЕВНИЙ ПРОМІЖОК ЧАСУ – ЦЕ:

1. дохід від участі в капіталі;
2. надзвичайний дохід;
3. валовий дохід;
4. інші фінансові доходи;
5. інші доходи від звичайної діяльності.

88. ЧИСТИЙ ДОХІД (ВИРУЧКА) ВІД РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОДУКЦІЇ (РОБИТ, ПОСЛУГ) – ЦЕ:

1. виручка отримана від реалізації матеріальних цінностей підприємства та

послуг невиробничого характеру;

2. різниця між доходами від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) та обов'язковими платежами, що входять до ціни товару;
3. дохід від реалізації виготовленої підприємством продукції;
4. дохід від оренди основних засобів та інших необоротних активів;
5. усі відповіді правильні.

89. НАЗВІТЬ ЧИННИКИ, ЯКІ ВПЛИВАЮТЬ НА ВЕЛИЧИНУ ВИРУЧКИ ВІД РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОДУКЦІЇ:

1. амортизація основних засобів;
2. вартість майна підприємства;
3. обсяг виробництва;
4. чисельність працюючих;
5. орендна плата.

90. ДО ДОХОДІВ ВІД ФІНАНСОВИХ ОПЕРАЦІЙ ПІДПРИЄМСТВА ВІДНОСЯТЬСЯ ДОХОДИ ВІД:

1. реалізації нематеріальних активів;
2. участі в капіталі;
3. реалізації готової продукції;
4. безкоштовно отриманих активів;
5. усі відповіді правильні.

91. ПРИБУТОК – ЦЕ:

1. сума коштів, яку можна вилучити у підприємства, не порушивши його спроможності продовжувати виробництво на незмінному рівні;
2. перевищення доходів звітного періоду над витратами звітного періоду;
3. економічна категорія, що відображає частину суспільного продукту, створеного робітниками у додатковий робочий час, і присвоєна власником підприємства;
4. різниця між реалізаційною ціною продукту та інвестиційними витратами;
5. дохід підприємства.

92. ПЕРЕВИЩЕННЯ ВИТРАТ ЗВІТНОГО ПЕРІОДУ НАД ДОХОДАМИ ЗВІТНОГО ПЕРІОДУ ХАРАКТЕРИЗУЄ:

1. прибуток;
2. валовий дохід;
3. збиток;
4. виручку від реалізації;
5. податок.

93. ПРИБУТОК ВІД ОПЕРАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ – ЦЕ:

1. виручка від реалізації продукції;
2. грошове вираження вартості товару;
3. різниця між обсягом реалізованої продукції у вартісному виразі (без ПДВ та

акцизу) та собівартістю;

4. сума валового прибутку та інших операційних доходів без адміністративних витрат, витрат на збут, інших операційних витрат;
5. чистий прибуток підприємства.

#### 94. ВАЛОВИЙ ПРИБУТОК (ЗБИТОК) – ЦЕ:

1. чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) за мінусом собівартості реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг);
2. виручка від реалізації за мінусом адміністративних витрат;
3. дохід від підприємницької діяльності;
4. сума доданої вартості;
5. прибуток від діяльності підсобних господарств.

#### 95. ЧИСТИЙ ПРИБУТОК – ЦЕ:

1. фінансовий результат від звичайної діяльності скоригований на доходи та витрати від надзвичайної діяльності;
2. загальна сума прибутку підприємства за всіма видами виробничої і невиробничої діяльності;
3. валовий прибуток підприємства без ПДВ та акцизу;
4. валовий прибуток за мінусом податків;
5. немає правильної відповіді.

#### 96. РЕНТАБЕЛЬНІСТЬ – ЦЕ:

1. абсолютний показник ефективної діяльності підприємства;
2. чистий прибуток підприємства;
3. відносний показник прибутковості, що характеризує ефективність роботи підприємства;
4. дохід підприємства;
5. відношення витрат до прибутку.

#### 97. ПОКАЗНИКИ РЕНТАБЕЛЬНОСТІ ВИЗНАЧАЮТЬ ЯК :

1. частину виручки, що залишається після відшкодування всіх витрат на виробничу і комерційну діяльність підприємства;
2. суму всіх доходів підприємства;
3. різницю між виручкою та прямими витратами;
4. відношення валових витрат на виробництво до обсягу товарної продукції;
5. відношення різноманітних видів прибутків до витрат на їх отримання.

#### 98. ЗАГАЛЬНА РЕНТАБЕЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА – ЦЕ:

1. одержуваний підприємством прибуток;
2. відносна дохідність або прибутковість, що вимірюється у відсотках до витрат коштів або капіталу;
3. відношення валового (чистого) прибутку до сумарної величини активів підприємства;
4. відношення прибутку до середньорічної вартості основних засобів;

5. прибуток на 1 грн. обсягу реалізованої продукції.

99. ЕФЕКТИВНІСТЬ – ЦЕ:

1. співвідношення витрат та ефекту підприємства;
2. досягнення високих результатів;
3. співвідношення результатів і сукупних витрат (ресурсів);
4. співвідношення сукупних витрат і результатів;
5. всі відповіді правильні.

100. СПІВВІДНОШЕННЯ ОБСЯГУ ВИРОБНИЦТВА ПРОДУКЦІЇ ТА СУКУПНИХ ВИТРАТ НА ЇЇ ВИРОБНИЦТВО – ЦЕ:

1. ефективність виробництва продукції;
2. ефективність використання окремих видів ресурсів;
3. ефективність діяльності;
4. ефективність підприємства;
5. всі відповіді правильні.

## 2. ТЕСТОВІ ЗАВДАННЯ З ДИСЦИПЛІНИ «СТРАТЕГІЯ ПІДПРИЄМСТВА»

1. ПРИЧИНА, ЧЕРЕЗ ЯКУ КОРПОРАТИВНА І ДІЛОВА СТРАТЕГІЇ ЗБІГАЮТЬСЯ В ОДНОГАЛУЗЕВОМУ ПІДПРИЄМСТВІ:

1. стратегія компанії розробляється для одного-єдиного виду діяльності;
2. необхідно швидко змінити конкурентоспроможність компанії;
3. обмеження вільного інвестування;
4. обмеження ринку;
5. всі відповіді правильні.

2. СТРАТЕГІЯ ОРГАНІЗАЦІЇ – ЦЕ:

1. основне призначення організації, чітко визначена причина її існування;
2. генеральна довгострокова програма дій та порядок розподілу ресурсів організації для досягнення її цілей;
3. процес визначення цілей діяльності організації;
4. спосіб досягнення цілі;
5. основна мета у сфері виробництва.

3. ОЗНАКАМИ ПОЛОЖЕННЯ НА ГАЛУЗЕВОМУ РИНКУ СТРАТЕГІЧНОГО ГОСПОДАРСЬКОГО ПІДРОЗДІЛУ “ДІЙНА КОРОВА” ВІДПОВІДНО ДО МАТРИЦІ БОСТОНСЬКОЇ КОНСУЛЬТАТИВНОЇ ГРУПИ Є:

1. значна частка ринку, що збільшується швидкими темпами;
2. значна частка ринку, що збільшується повільними темпами;
3. незначна частка неперспективного ринку;
4. значна частка сталого ринку;
5. незначна частка перспективного ринку.

4. ДО ОСНОВНИХ ЕТАПІ ЖИТТЄВОГО ЦИКЛУ ПРОДУКТУ НАЛЕЖАТЬ:

1. конструювання, виробництво, оптова торгівля, роздрібна торгівля;
2. розробка, фінансування, виробництво, збут;
3. виведення на ринок, зростання, зрілість, занепад;
4. постання, виробничий, збутовий;
5. виробничий, ціновий, збутовий, комунікативний.

5. СТРАТЕГІЧНИЙ ГОСПОДАРСЬКИЙ ПІДРОЗДІЛ “СОБАКА” ВІДПОВІДНО ДО МАТРИЦІ БОСТОНСЬКОЇ КОНСУЛЬТАТИВНОЇ ГРУПИ ПЕРЕБУВАЄ НА ТАКОМУ ЕТАПІ ЖИТТЄВОГО ЦИКЛУ ТОВАРУ:

1. зростання;
2. зрілість;
3. упадок;
4. стабілізація;
5. виведення на ринок.

6. ПРИ ПРОВЕДЕННІ SWOT-АНАЛІЗУ ВИЗНАЧАЮТЬСЯ:



1. основні стратегічні групи конкурентів фірми;
2. частка ринку підприємства та темпи її зростання;
3. сильні та слабкі сторони фірми, загрози і можливості із зовнішнього середовища;
4. переваги та недоліки;
5. п'ять основних сил конкуренції.

7. ОСНОВНИМИ ЗАВДАННЯ КЕРІВНИЦТВА ПІДПРИЄМСТВА ПРИ РЕАЛІЗАЦІЇ СТРАТЕГІЇ Є:

1. розробка нової місії організації;
2. приведення структури управління у відповідність до нової стратегії;
3. забезпечення зниження витрат на маркетинг, рекламу;
4. стабілізація функціонування підприємства;
5. проведення SWOT-аналізу.

8. МАТРИЦЯ БКГ КЛАСИФІКУЄ БІЗНЕС-ОДИНИЦІ ПІДПРИЄМСТВА ЗА ТАКИМИ ПОКАЗНИКАМИ:

1. конкурентні переваги, галузеве оточення;
2. відносна частка ринку, темпи зростання галузевого ринку;
3. привабливість галузі, "сила" бізнесу;
4. потенціал бізнес-одиниці;
5. новизна товару, новизна ринку.

9. ДО ФІНАНСОВИХ ЦІЛЕЙ КОМПАНІЇ МОЖУТЬ НАЛЕЖАТИ:

1. швидке зростання річного доходу, вищі дивіденди;
2. велика частка ринку, краща якість продукції;
3. збільшення прибутку, нижчі витрати по відношенню до основних конкурентів;
4. фінансова стійкість;
5. всі відповіді правильні.

10. ДО СТРАТЕГІЧНИХ ЦІЛЕЙ КОМПАНІЇ МОЖЕ НАЛЕЖАТИ:

1. кращий рівень обслуговування клієнтів, підвищення курсу акцій;
2. швидке зростання заробітної плати, повне задоволення покупців;
3. ширший та привабливий набір продуктів, краща якість продукції;
4. збільшення частки ринку;
5. всі відповіді правильні.

11. ОСНОВНИМ ЗАВДАННЯМ ЦЬОГО ЕТАПУ СТРАТЕГІЧНОГО ПЛАНУВАННЯ Є ВИЗНАЧЕННЯ СТУПЕНЯ ДОСЯГНЕННЯ МЕТИ, ВИЯВЛЕННЯ ПРОБЛЕМ І ПЕРЕШКОД, ВИЗНАЧЕННЯ ПРИЧИН ВИНИКНЕННЯ ЦИХ ПРОБЛЕМ:

1. аналіз зовнішнього середовища;
2. розробка стратегії;
3. оцінка реалізації стратегії;

4. аналіз внутрішнього середовища;
5. визначення цілей діяльності.

12. ЗДАТНІСТЬ ЗАБЕЗПЕЧИТИ ПОКУПЦЯ УНІКАЛЬНОЮ І БІЛЬШОЮ ЦІННІСТЮ У ВИГЛЯДІ НОВОЇ ЯКОСТІ ТОВАРУ, ОСОБЛИВИХ СПОЖИВЧИХ ВЛАСТИВОСТЕЙ ЧИ ПІСЛЯПРОДАЖНОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ – ЦЕ:

1. диференціація;
2. конкуренція;
3. концентрація;
4. інтеграція;
5. інтеграція.

13. БУДЬ-ЯКЕ НОВОВВЕДЕННЯ, ЩО ДАЄ ОРГАНІЗАЦІЇ РЕАЛЬНЕ ЗБІЛЬШЕННЯ ЇЇ УСПІХУ НА РИНКУ:

1. диференціація;
2. конкуренція;
3. концентрація;
4. інтеграція;
5. інтеграція.

14. ПОЛІПШЕННЯ ТЕХНОЛОГІЇ, УДОСКОНАЛЕННЯ СПОСОБІВ І МЕТОДІВ ВЕДЕННЯ СПРАВ – ЦЕ:

1. диференціація;
2. конкуренція;
3. концентрація;
4. інтеграція;
5. інтеграція.

15. НАЙБІЛЬШ ТИПОВЕ ДЖЕРЕЛО ОДЕРЖАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ:

1. нові технології;
2. нові запити споживачів;
3. поява нового сегменту ринку;
4. всі відповіді правильні;
5. жодної правильної відповіді.

16. КОНКРЕТНУ РИНКОВУ ПОЗИЦІЮ ОРГАНІЗАЦІЇ ВИЗНАЧАЮТЬ:

1. її конкурентні переваги;
2. зміни “правил гри” на ринку;
3. способи і методи ведення справ;
4. всі відповіді правильні;
5. жодної правильної відповіді.

17. НАЙВАЖЛИВІША ПРИЧИНА ЗБЕРЕЖЕННЯ КОНКУРЕНТНОЇ ПЕРЕВАГИ КОМЕРЦІЙНОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ:

1. зміни “правил гри” на ринку;
2. постійна модернізація виробництва і/чи інших ключових видів її діяльності;
3. зміна попиту і пропозиції;
4. тісні зв’язки з клієнтами;
5. імідж.

18. СТРАТЕГІЧНІ БІЗНЕС-ОДИНИЦІ, ЯКІ ПОПАЛИ В ПРАВИЙ ВЕРХНІЙ КВАДРАТ МАТРИЦІ “ЗРОСТАННЯ-ЧАСТКА РИНКУ” БКГ, ПОЗНАЧАЮТЬСЯ ЯК:

1. “знаки питання”;
2. “собаки”;
3. “зірки”;
4. “дійні корови”;
5. «важка дитина».

19. СТРАТЕГІЧНІ БІЗНЕС-ОДИНИЦІ, ЯКІ ПОПАЛИ В ПРАВИЙ НИЖНІЙ КВАДРАТ МАТРИЦІ “ЗРОСТАННЯ-ЧАСТКА РИНКУ” БКГ, ПОЗНАЧАЮТЬСЯ ЯК:

1. “важка дитина”;
2. “собаки”;
3. “зірки”;
4. “дійні корови”;
5. “знаки питання”.

20. СТРАТЕГІЧНІ БІЗНЕС-ОДИНИЦІ, ЯКІ ПОПАЛИ В ЛІВИЙ ВЕРХНІЙ КВАДРАТ МАТРИЦІ “ЗРОСТАННЯ-ЧАСТКА РИНКУ” БКГ, ПОЗНАЧАЮТЬСЯ ЯК:

1. “знаки питання”;
2. “дійні корови”;
3. “зірки”;
4. “собаки”;
5. «важка дитина».

21. СТРАТЕГІЧНІ БІЗНЕС-ОДИНИЦІ, ЯКІ ПОПАЛИ В ЛІВИЙ НИЖНІЙ КВАДРАТ МАТРИЦІ “ЗРОСТАННЯ-ЧАСТКА РИНКУ” БКГ, ПОЗНАЧАЮТЬСЯ ЯК:

1. “знаки питання”;
2. “собаки”;
3. “зірки”;
4. “дійні корови”
5. «важка дитина».

22. ПРОБЛЕМНІ СТРАТЕГІЧНІ БІЗНЕС-ОДИНИЦІ (СБО) В МАТРИЦІ БКГ НАЗИВАЮТЬ “ЗНАКАМИ ПИТАННЯ” У ЗВ’ЯЗКУ З ТИМ, ЩО:

1. існує складність прийняття рішення відносно їх перспектив;
2. СБО займають високу відносну частку перспективного ринку;
3. СБО є безперспективними у стратегічному відношенні;
4. СБО є перспективним лише для окремих сфер;
5. СБО потребують значних інвестицій для збереження ринкових позицій.

23. НАЙБІЛЬШ ПЕРСПЕКТИВНІ СТРАТЕГІЧНІ БІЗНЕС-ОДИНИЦІ В ПОРТФЕЛІ ПІДПРИЄМСТВА ЗГІДНО МАТРИЦІ БКГ:

1. “знаки питання”;
2. “собаки”;
3. “зірки”;
4. “дійні корови”.
5. «важка дитина».

24. ЗГІДНО З МАТРИЦЕЮ БКГ ДЛЯ МОЛОДИХ “ЗІРОК” ХАРАКТЕРНОЮ Є:

1. потреба в значних інвестиціях для збереження ринкової позиції;
2. можливість самостійно забезпечувати своє пропорційне ринкове зростання;
3. відносно висока частка стабільного ринку, який розвивається повільно;
4. потреба в інноваціях;
5. складність прийняття рішення відносно їх перспектив.

25. ЗГІДНО З МАТРИЦЕЮ БКГ ДЛЯ ЗРІЛИХ “ЗІРОК” ХАРАКТЕРНОЮ Є:

1. потреба в значних інвестиціях для збереження ринкової позиції;
2. можливість самостійно забезпечувати своє пропорційне ринкове зростання;
3. відносно висока частка стабільного ринку, який розвивається повільно;
4. потреба в інноваціях;
5. складність прийняття рішення відносно їх перспектив.

26. ЗГІДНО З МАТРИЦЕЮ БКГ “ЗІРКИ” РІДКО ЗАБЕЗПЕЧУЮТЬ ЧИСТИЙ ПРИБУТОК ТОМУ, ЩО:

1. він весь спрямовується на розвиток сфери бізнесу;
2. зростає заборгованість з виплати заробітної плати;
3. він використовується на модернізацію виробництва;
4. він спрямований на розвиток НТП;
5. всі відповіді правильні.

27. ЗГІДНО З МАТРИЦЕЮ БКГ “ДІЙНІ КОРОВИ” ХАРАКТЕРИЗУЮТЬСЯ:

1. відносно низькою часткою ринку з повільними темпами росту;
2. відносно високою часткою ринку;
3. складністю прийняття рішення відносно їх перспектив;
4. складністю входу на ринок;
5. потребою в значних інвестиціях для збереження ринкової позиції.

28. ЗГІДНО З МАТРИЦЕЮ БКГ “ЗІРКИ” ПІСЛЯ СТАБІЛІЗАЦІЇ ЇХ НА ГАЛУЗЕВОМУ РИНКУ СТАЮТЬ:

1. “собаками”;
2. “знаками питання”;
3. “дійними коровами”;
4. «зіркою»;
5. “важкою дитиною”.

29. ЗГІДНО З МАТРИЦЕЮ БКГ “СОБАКИ” ХАРАКТЕРИЗУЮТЬСЯ:

1. відносно низькою часткою ринку з повільними темпами росту;
2. відносно високою часткою ринку;
3. складністю прийняття рішення відносно їх перспектив;
4. вхідними та вихідними бар’єрами;
5. потребою в значних інвестиціях для збереження ринкової позиції.

30. ЗГІДНО З МАТРИЦЕЮ БКГ ЯК ПРАВИЛО БЕЗПЕРСПЕКТИВНИМИ У СТРАТЕГІЧНОМУ ВІДНОШЕННІ Є:

1. “собаки”;
2. “знаки питання”;
3. “дійні корови”;
4. «зіркою»;
5. “важка дитина”.

31. ВИКОРИСТАННЯ МАТРИЦІ БКГ ЗАБЕЗПЕЧУЄ ПОЗИТИВНИЙ ЕФЕКТ ОСКІЛЬКИ:

1. стимулює вище керівництво оцінювати кожний напрямок бізнесу підприємства, визначити для нього цілі і перерозподілити ресурси;
2. дає наглядну картину порівняльної “сили” кожної бізнес-одиниці в портфелі підприємства;
3. показує здатність кожної бізнес-одиниці генерувати прибутки та визначати її потреби у фінансуванні;
4. всі відповіді правильні;
5. правильна відповідь відсутня.

32. МАТРИЦЯ “ТОВАРИ-РИНКИ” І.АНСОФФА ПРИЗНАЧЕНА ДЛЯ:

1. усвідомлення керівництвом поточної стратегії;
2. вибору можливих стратегій підприємства в умовах зростаючого ринку;
3. аналізу портфелю бізнесів;
4. аналізу інвестиційного портфелю;
5. вибору стратегії в залежності від темпів зростання галузевого ринку і конкурентної позиції підприємства.

33. ВІДПОВІДНО ДО МАТРИЦІ “ТОВАРИ-РИНКИ” І.АНСОФФА СТРАТЕГІЯ ВДОСКОНАЛЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПЕРЕДБАЧАЄ:

1. забезпечення прибутку за рахунок раціоналізації виробництва і збуту;

2. розробку нових і вдосконалення існуючих товарів з метою збільшення збуту;
3. пошук нових ринків/сегментів ринку для вже освоєних товарів;
4. пошук та розробка нових технологій;
5. розробку нових видів продукції одночасно із освоєнням нових ринків.

**34. ВІДПОВІДНО ДО МАТРИЦІ “ТОВАРИ-РИНКИ” І.АНСОФФА ТОВАРНА ЕКСПАНСІЯ ПЕРЕДБАЧАЄ:**

1. забезпечення прибутку за рахунок раціоналізації виробництва і збуту;
2. розробку нових і вдосконалення існуючих товарів з метою збільшення збуту;
3. пошук нових ринків/сегментів ринку для вже освоєних товарів;
4. пошук та розробка нових технологій;
5. розробку нових видів продукції одночасно із освоєнням нових ринків.

**35. ВІДПОВІДНО ДО МАТРИЦІ “ТОВАРИ-РИНКИ” І.АНСОФФА СТРАТЕГІЯ ДИВЕРСИФІКАЦІЇ ПЕРЕДБАЧАЄ:**

1. забезпечення прибутку за рахунок раціоналізації виробництва і збуту;
2. розробку нових і вдосконалення існуючих товарів з метою збільшення збуту;
3. пошук нових ринків/сегментів ринку для вже освоєних товарів;
4. пошук та розробка нових технологій;
5. розробку нових видів продукції одночасно із освоєнням нових ринків.

**36. ВІДПОВІДНО ДО МАТРИЦІ “ТОВАРИ-РИНКИ” І.АНСОФФА СТРАТЕГІЯ РОЗВИТКУ РИНКУ ПЕРЕДБАЧАЄ:**

1. забезпечення прибутку за рахунок раціоналізації виробництва і збуту;
2. розробку нових і вдосконалення існуючих товарів з метою збільшення збуту;
3. пошук нових ринків/сегментів ринку для вже освоєних товарів;
4. пошук та розробка нових технологій;
5. розробку нових видів продукції одночасно із освоєнням нових ринків.

**37. ЗГІДНО З МАТРИЦЕЮ “ТОВАРИ-РИНКИ” І.АНСОФФА ЦЯ СТРАТЕГІЯ ПЕРЕДБАЧАЄ ЗНИЖЕННЯ СОБІВАРТОСТІ І ЗА РАХУНОК ЦЬОГО БІЛЬШ ІНТЕНСИВНУ РЕКЛАМУ, НИЖЧІ ЦІНИ, НАДАННЯ ДОДАТКОВИХ ПОСЛУГ, ВСТАНОВЛЕННЯ КОНТРОЛЮ НАД КОНКУРЕНТАМИ:**

1. стратегія розвитку ринку;
2. стратегія вдосконалення діяльності;
3. товарна експансія;
4. стратегія концентрації;
5. стратегія диверсифікації.

**38. ЗГІДНО З МАТРИЦЕЮ “ТОВАРИ-РИНКИ” І.АНСОФФА ВАРІАНТАМИ РЕАЛІЗАЦІЇ ЦІЄЇ СТРАТЕГІЇ Є НАДАННЯ НОВИХ СПОЖИВЧИХ**

ХАРАКТЕРИСТИК ТОВАРУ, ВДОСКОНАЛЕННЯ ВЖЕ ІСНУЮЧИХ, РОЗШИРЕННЯ ТОВАРНОЇ НОМЕНКЛАТУРИ І АСОРТИМЕНТУ ПРОДУКЦІЇ:

1. стратегія розвитку ринку;
2. стратегія вдосконалення діяльності;
3. товарна експансія;
4. стратегія концентрації;
5. стратегія диверсифікації.

39. ЗГІДНО З МАТРИЦЕЮ “ТОВАРИ-РИНКИ” І АНСОФФА ЦЯ СТРАТЕГІЯ ПОВ’ЯЗАНА ІЗ ЗНАЧНИМИ ЗАТРАТАМИ І РИЗИКОМ, АЛЕ В ПЕРСПЕКТИВІ Є БІЛЬШ ПРИБУТКОВОЮ:

1. стратегія розвитку ринку;
2. стратегія вдосконалення діяльності;
3. товарна експансія;
4. стратегія концентрації;
5. стратегія диверсифікації.

40. ЗГІДНО З МАТРИЦЕЮ “ТОВАРИ-РИНКИ” І АНСОФФА ПРИНЦИПАМИ ВИКОРИСТАННЯ ЦІЄЇ СТРАТЕГІЇ Є ПРАГНЕННЯ ЗАЛИШИТИ НАСИЧЕНИЙ НЕПЕРСПЕКТИВНИЙ РИНОК І ОДЕРЖАТИ ФІНАНСОВІ ПЕРЕВАГИ ВІД ДІЯЛЬНОСТІ В НОВИХ ГАЛУЗЯХ:

1. стратегія розвитку ринку;
2. стратегія вдосконалення діяльності;
3. товарна експансія;
4. стратегія концентрації;
5. стратегія диверсифікації.

41. ІНСТРУМЕНТ СТРАТЕГІЧНОГО АНАЛІЗУ, ЯКИМ ДОСЛІДЖУЮТЬСЯ ПОЛІТИЧНІ, ЕКОНОМІЧНІ, СОЦІОКУЛЬТУРНІ І ТЕХНОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ЗОВНІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА ОРГАНІЗАЦІЇ:

1. PEST-аналіз;
2. прогнозування;
3. SWOT-аналіз;
4. внутрішнє управлінське обстеження;
5. GAP – аналіз.

42. КОНКРЕТНИЙ ІНСТРУМЕНТ СТРАТЕГІЧНОГО АНАЛІЗУ ДАЛЕКОГО ЗОВНІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА ОРГАНІЗАЦІЇ:

1. SNV-аналіз;
2. PEST-аналіз;
3. SWOT-аналіз;
4. внутрішнє управлінське обстеження;
5. GAP – аналіз.

43. ДО БЛИЖНЬОГО ОТОЧЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ МОЖНА ВІДНЕСТИ:

1. ринок робочої сили;
2. ринок інформації;
3. ринок постачальників;
4. ринок посередників;
5. всі відповіді правильні.

44. ПІДСИСТЕМА КОРПОРАТИВНОЇ СТРАТЕГІЇ, ПРЕДСТАВЛЕНА У ВИГЛЯДІ ДОВГОСТРОКОВОЇ ПРОГРАМИ КОНКРЕТНИХ ДІЙ ЗІ СТВОРЕННЯ І РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОДУКТУ ОРГАНІЗАЦІЇ – ЦЕ:

1. маркетингова стратегія;
2. фінансова стратегія;
3. виробнича стратегія;
4. корпоративна стратегія;
5. стратегія управління персоналом.

45. КРИТЕРІЙ, ЯКИЙ НАЙЧАСТІШЕ БЕРЕТЬСЯ ДЛЯ ПОСТАНОВКИ ЦІЛЕЙ ВИРОБНИЧОЇ СТРАТЕГІЇ:

1. витрати на виробництво продукту;
2. обсяги виробництва продукту;
3. оборотність товарних запасів;
4. виручка від реалізації продукції (послуг);
5. собівартість одиниці продукції.

46. ПРИ СИСТЕМНІЙ ОЦІНЦІ ВИРОБНИЧИХ ВИТРАТ ЯК ДЛЯ СТРАТЕГІЧНИХ, ТАК І ДЛЯ ТАКТИЧНИХ ЦІЛЕЙ ЗАЗВИЧАЙ ВИКОРИСТОВУЮТЬ ТАКІ ПОКАЗНИКИ, ЯК:

1. якість виробництва та виробничих постачань;
2. відповідність виробництва попиту, собівартість виробництва продукції;
3. фондвіддача, оборотність товарних запасів, собівартість одиниці продукції;
4. всі відповіді правильні;
5. немає правильної відповіді.

47. ЯКІСТЬ ВИРОБНИЦТВА ЯК ПРАВИЛО ОЦІНЮЮТЬ:

1. за широтою асортименту ряду конкретних продуктів-товарів;
2. за відсотком браку;
3. за показниками фінансових втрат за порушення термінів й інших умов доставки продукту;
4. за попитом на продукцію;
5. всі відповіді правильні.

48. ЯКІСТЬ ВИРОБНИЧИХ ПОСТАЧАНЬ ЗАЗВИЧАЙ ОЦІНЮЮТЬ:

1. за показниками витрат на підвищення якості;
2. за відсотком браку;



3. за показниками фінансових втрат за порушення термінів й інших умов доставки продукту;
4. за кількістю кінцевого браку;
5. за процентним співвідношенням дефектів кінцевого продукту.

49. ВАРІАНТ СТРАТЕГІЇ, ЩО ВКЛЮЧАЄ КОНЦЕНТРАЦІЮ НА ПЕВНОГО ПОКУПЦЯ ЧИ КІНЦЕВЕ ВИКОРИСТАННЯ ПРОДУКТУ, ЯКИХ НЕ ПОМІТИЛИ ЧИ ЯКИМИ ЗНЕХТУВАЛИ ЛІДЕРИ ГАЛУЗІ:

1. стратегія вільної ніши;
2. стратегія індивідуального іміджу;
3. стратегія задоволеного послідовника;
4. стратегія диверсифікації;
5. стратегія “найкращої якості”.

50. НАЙЧАСТІШЕ ПЕРЕВАГИ МАЛИХ ЗА РОЗМІРОМ ФІРМ МОЖУТЬ БУТИ ЗБІЛЬШЕНІ І ПРИБУТКОВА КОНКУРЕНТНА ПОЗИЦІЯ ДОСЯГНУТА ШЛЯХОМ:

1. розвитку технічної експертизи, що буде високо оцінена покупцями;
2. активного розвитку нових зразків продукції для покупців у цільових ринкових сегментах;
3. використання інноваційних підприємницьких підходів для того, щоб переграти неповоротких ринкових лідерів;
4. всі відповіді правильні;
5. немає правильної відповіді.

### 3. ТЕСТОВІ ЗАВДАННЯ З ДИСЦИПЛІНИ «ЕКОНОМІКА ТА ОРГАНІЗАЦІЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ»

#### 1. ПОНЯТТЯ НОВОВВЕДЕНЬ ЗАПРОПОНОВАНЕ:

1. Т. Кемпом;
2. К. Джонсоном;
3. Й. Шумпетером;
4. А. Смітом;
5. П. Хейне.

#### 2. НАУКОМІСТКІСТЬ ВИРОБНИЦТВА ВИЗНАЧАЄТЬСЯ:

1. відношенням витрат на дослідження до обсягу реалізації продукції;
2. обсягом інвестицій на наукові дослідження;
3. відношенням кількості працівників, зайнятих у дослідному виробництві, до всіх працюючих;
4. відношенням обсягу нової продукції до всієї продукції;
5. відношенням обсягу інвестицій до нової продукції.

#### 3. РЕЗУЛЬТАТОМ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ Є:

1. інтелектуальний продукт;
2. новини;
3. інновації;
4. інвенція;
5. технології.

#### 4. КОМЕРЦІЙНЕ ВПРОВАДЖЕННЯ НОВОЇ ПРОДУКЦІЇ ЧИ НОВИХ ЗАСОБІВ ВИРОБНИЦТВА НАЗИВАЄТЬСЯ:

1. інновація;
2. дослідження;
3. розробки;
4. винаходи;
5. новації.

#### 5. КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ КРАЇНИ НА СВІТОВОМУ РИНКУ ЗАЛЕЖИТЬ ВІД:

1. здатності генерувати ідеї;
2. кількості університетів і науково-дослідних інститутів;
3. можливості швидко опанувати новації;
4. інвестиційних можливостей;
5. інновацій.

#### 6. ІДЕЇ, ЩО Є КОРИСНИМИ ДЛЯ ВИКОРИСТАННЯ В БІЗНЕСІ, АЛЕ НЕ ОBOB'ЯЗКОВО ТАМ УПРОВАДЖУЮТЬСЯ, МАЮТЬ НАЗВУ:

1. інновація;
2. дослідження;

3. розробки;
4. винаходи;
5. новації.

7. ОСНОВНІ РИСИ, ПРИТАМАННІ ІННОВАЦІЙНОМУ СУСПІЛЬСТВУ:

1. незалежність;
2. інтелектуалізація виробництва;
3. стабільність;
4. екологічність;
5. добробут населення.

8. ПРИ РОЗРОБЛЕННІ ТЕОРІЇ «ДОВГИХ ХВИЛЬ ЕКОНОМІЧНОЇ КОН'ЮНКТУРИ» М. Д. КОНДРАТЬЄВИМ ВИВЧАЛИСЯ ТАКІ ЕКОНОМІЧНІ ПОКАЗНИКИ:

1. динаміка цін і заробітної плати;
2. обсяг виробництва основних видів продукції промисловості;
3. фондоозброєність праці;
4. обсяг зовнішньої торгівлі;
5. обсяг продукції виробництва.

9. ДЛЯ ОБҐРУНТУВАННЯ СВОЄЇ ТЕОРІЇ М. Д. КОНДРАТЬЄВ ЗДІЙСНИВ АНАЛІЗ СТАТИСТИЧНИХ ДАНИХ ТАКИХ КРАЇН:

1. Великобританії, Японії, США;
2. Великобританії, Франції, США, Німеччини;
3. Японії, США, Канади;
4. Канади, Японії;
5. США, Канади.

10. УДОСКОНАЛЮВАННЯ ТЕХНІЧНИХ ЗНАНЬ:

1. відбувається тільки в результаті одержання вищої освіти;
2. справляє лише незначний вплив на випуск продукції;
3. може відбуватися через навчання в процесі роботи;
4. не впливало на економічне зростання у 60-х роках;
5. результат політичних революцій.

11. ЗАЛЕЖНІСТЬ ПРИБУТКІВ ВІД ВІКУ НАЙТОЧНІШЕ ПЕРЕДАЄ ТАКЕ ТВЕРДЖЕННЯ:

1. вони мають тенденцію до вирівнювання при досягненні робітником середнього віку;
2. чим вищий рівень освіти індивідуума, тим вищі прибутки;
3. більш освічений індивідуум має вищий втрачений прибуток унаслідок пізнішого вступу на роботу;
4. усе перелічене вище;
5. нічого з переліченого.

12. УСІ ПЕРЕЛІЧЕНІ НИЖЧЕ КРАЇНИ ВИТРАЧАЛИ МЕНШЕ 3 % СВОГО ВВП НА НАУКОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ І РОЗРОБКИ В 90-ТІ РОКИ ЗА ВИНЯТКОМ:

1. Японії;
2. США;
3. СРСР;
4. ФРН;
5. Італії.

13. ВІДМІННОСТІ В РІВНІ ЗАРОБІТНОЇ ПЛАТИ В США МОЖУТЬ БУТИ ВІДНЕСЕНІ ЗА РАХУНОК:

1. різноманітного рівня людського капіталу, втіленого в праці;
2. дискримінації на ринку праці;
3. наявності профспілок у деяких галузях;
4. усього сказаного вище;
5. нічого з названого.

14. СЕРЕДНЯ РЕАЛЬНА ЗАРОБІТНА ПЛАТА В ЕКОНОМІЦІ ВИЗНАЧАЄТЬСЯ:

1. основним капіталом;
2. соціальними навичками;
3. запасами людського капіталу;
4. усіма переліченими чинниками;
5. нічим з переліченого.

15. ВИРІВНЮВАННЯ ВІДМІННОСТЕЙ У РІВНЯХ ЗАРОБІТНОЇ ПЛАТИ ВІДБУВАЄТЬСЯ ЧЕРЕЗ ТЕ, ЩО:

1. усі види зарплати потребують рівної продуктивності праці;
2. є різниця у привабливості роботи;
3. у різних галузях економіки — різний попит на працю;
4. на підприємствах однієї і тієї самої галузі в країні є значні відмінності в капіталоозброєності робітників;
5. попит на різноманітні види праці зростає.

16. ПРАКТИКА ЦІНОВОЇ ДИСКРИМІНАЦІЇ БУЛА ВІДКРИТА:

1. антитрестовим законом Шермана;
2. законом Клейтона;
3. законом Селлера—Кефаувера;
4. законом Робінсона—Пэтмана;
5. законом Оукена.

17. РЕЗУЛЬТАТОМ ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ Є:

1. нововведення;
2. новинки;
3. інвенція;
4. інновація;

5. винахід.

18. ПІД ЧАС ІННОВАЦІЙНОГО ПРОЦЕСУ ФУНДАМЕНТАЛЬНІ ДОСЛІДЖЕННЯ ПРОВОДЯТЬСЯ:

1. на фазі «наука»;
2. на фазі «дослідження»;
3. на фазі «розробка»;
4. на фазі «виробництво»;
5. на фазі «споживання».

19. КОРИСНІСТЬ ІННОВАЦІЙНИХ ТОВАРІВ ВІДБИВАЄ ЇХ:

1. вартість;
2. споживча вартість;
3. якість;
4. правильні відповіді «а» і «б»;
5. правильні відповіді «а» і «в».

20. ЗА ЗМІСТОМ «ТЕХНІЧНИЙ РІВЕНЬ»:

1. є поняття якості;
2. ширше поняття якості;
3. непорівнянний із поняттям якості;
4. рівнозначний поняттю якості;
5. усі відповіді неправильні.

21. РОЗВИТОК НАУКИ ВИЗНАЧАЄТЬСЯ:

1. потребами технічного прогресу;
2. соціальними потребами;
3. економічними потребами;
4. фінансовими потребами;
5. духовними потребами.

22. ПРОПОЗИЦІЯ З ВИКОРИСТАННЯ ЯКОЇСЬ ВЖЕ ОБГРУНТОВАНОЇ ТА ВПРОВАДЖЕНОЇ ІДЕЇ ІННОВАЦІЙ НАЗИВАЄТЬСЯ:

1. ініціацією інновацій;
2. дифузією інновацій;
3. нововведенням;
4. інвенцією інновацій;
5. усі відповіді правильні.

23. ІННОВАЦІЇ, ЩО ЗАБЕЗПЕЧУЮТЬ ВИЖИВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ (ЯК РЕАКЦІЯ НА НОВОВВЕДЕННЯ, ЗДІЙСНЮВАНЕ КОНКУРЕНТАМИ), НАЗИВАЮТЬСЯ:

1. стратегічними інноваціями;
2. реактивними інноваціями;
3. псевдоінноваціями;

4. юридичними інноваціями;
5. соціальними інноваціями.

**24. ЗА ХАРАКТЕРОМ УЧАСТІ В ПРОЦЕСІ ВИРОБНИЦТВА ІННОВАЦІЇ ПОДІЛЯЮТЬ НА:**

1. науково-технічні і соціально-культурні;
2. реактивні і стратегічні;
3. ринкові і соціально-культурні;
4. основні і додаткові;
5. виробничі.

**25. ІННОВАЦІЇ ПОДІЛЯЮТЬСЯ НА РЕАКТИВНІ ТА СТРАТЕГІЧНІ ЗА ТАКИМ КРИТЕРІЄМ:**

1. роль у процесі виробництва;
2. характер задоволення попиту;
3. час виникнення;
4. масштаб поширення;
5. рівень корисності.

**26. ДО ОСНОВНИХ НАПРЯМІВ НАУКОВО-ТЕХНІЧНОГО ПРОГРЕСУ В ПРОМИСЛОВІСТІ НЕ НАЛЕЖАТЬ:**

1. комплексна механізація та автоматизація промисловості;
2. комп'ютеризація промисловості;
3. спеціалізація промисловості;
4. хімізація промисловості;
5. упровадження нових технологій.

**27. ПРІОРИТЕТНИМИ НАПРЯМКАМИ НАУКОВО-ТЕХНІЧНОГО ПРОГРЕСУ Є:**

1. створення нових технологій;
2. удосконалення застосовуваних технологій;
3. застосування прогресивних базових технологій;
4. застосування інноваційних технологій;
5. правильна відповідь відсутня.

**28. ЗАВЕРШАЛЬНОЮ ЛАНКОЮ І ФОРМОЮ МАТЕРІАЛІЗАЦІЇ ФУНДАМЕНТАЛЬНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ, ЗАСОБОМ БЕЗПОСЕРЕДНЬОГО ВПЛИВУ НАУКИ НА СФЕРУ ВИРОБНИЦТВА Є:**

1. технологія;
2. технологічна операція;
3. дослідно-конструкторська розробка;
4. нововведення;
5. організація.

29. ІННОВАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ, РЕЗУЛЬТАТОМ ЯКИХ Є НОВІ ВИРОБИ, ТЕХНОЛОГІЇ ЇХ ВИГОТОВЛЕННЯ, ЗАСОБИ ВИРОБНИЦТВА, НАЗИВАЮТЬСЯ:

1. економічними;
2. соціальними;
3. організаційними;
4. технічними;
5. юридичними.

30. НОВОВВЕДЕННЯ, ЩО ВЕДУТЬ ПЕРЕВАЖНО ДО ЕВОЛЮЦІЙНИХ ПЕРЕТВОРЕНЬ У СФЕРІ ДІЯЛЬНОСТІ КОНКРЕТНИХ ПІДПРИЄМСТВ, Є:

1. локальними;
2. соціальними;
3. глобальними;
4. економічними;
5. технічними.

31. ТЕХНІЧНІ НОВОВВЕДЕННЯ ЗУМОВЛЮЮТЬ НАСАМПЕРЕД ВІДПОВІДНІ:

1. соціальні нововведення;
2. організаційні нововведення;
3. економічні нововведення;
4. локальні нововведення;
5. юридичні нововведення.

32. СУКУПНІСТЬ ПІДРОЗДІЛІВ, ЩО БЕЗПОСЕРЕДНЬО НЕ БЕРУТЬ УЧАСТІ У СТВОРЕННІ НОВОЇ (ПРОФІЛЬНОЇ) ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА, АЛЕ СВОЄЮ ДІЯЛЬНІСТЮ СПРИЯЮТЬ РОБОТІ ОСНОВНИХ ЦЕХІВ, НАЗИВАЮТЬ:

1. виробничою інфраструктурою;
2. інфраструктурою;
3. соціальною інфраструктурою;
4. капітальним будівництвом;
5. виробничою структурою.

33. ВИ МЕНЕДЖЕР, ПРАЦЮЄТЕ НА РИНКУ НОВИХ ТОВАРІВ І БАЖАЄТЕ РОЗШИРИТИ СВІЙ РИНОК. ПРИ ВИВЧЕННІ РИНКУ НОВИХ ТОВАРІВ ВИ ВИКОРИСТОВУЄТЕ ТАКЕ ДЖЕРЕЛО:

1. думку ваших клієнтів про товари на ринку;
2. думку ваших друзів про новинки;
3. перегляд бізнес-каталогів;
4. власну книгу замовлень;
5. думку вашого торгового представника.

34. КОЛИ КРИВА ПОПИТУ НА ІНВЕСТИЦІЇ ЗНИЖУЄТЬСЯ, УСЕ З ПЕРЕЛІЧЕНОГО ЗАЛИШАЄТЬСЯ ПОСТІЙНИМ, ЗА ВИНЯТКОМ:

1. стану технології;
2. процентної ставки;
3. оплати праці;
4. стану науки;
5. чекань щодо майбутнього попиту на продукцію.

35. ДО ВНУТРІШНІХ ЧИННИКІВ, ЩО ВПЛИВАЮТЬ НА РОЗМІР ТА ХАРАКТЕР ПОПИТУ, ВІДНОСЯТЬ:

1. прибутки споживачів;
2. технічний рівень підприємства;
3. рекламу;
4. правове забезпечення;
5. ціну на продукцію.

36. ДО ЗОВНІШНІХ ЧИННИКІВ, ЩО ВПЛИВАЮТЬ НА РОЗМІР ТА ХАРАКТЕР ПОПИТУ, ВІДНОСЯТЬ:

1. прибутки споживачів;
2. технічний рівень підприємства;
3. рекламу;
4. правове забезпечення;
5. ціну на продукцію.

37. АБСОЛЮТНИЙ РІВЕНЬ ЯКОСТІ ПРОДУКЦІЇ:

1. це рівень якості, при якому загальний розмір суспільних витрат на виробництво і використання продукції є мінімальним;
2. визначається шляхом обчислення обраних показників якості без порівняння їх з відповідними показниками аналогічних вітчизняних і закордонних зразків виробів;
3. це оцінка якості, що враховує пріоритетні напрями і темпи розвитку науки і техніки;
4. відбиває ступінь відповідності певного виробу сучасним вітчизняним і закордонним вимогам;
5. задовольняє всі вимоги споживача.

38. РІВЕНЬ ЯКОСТІ, ПРИ ЯКОМУ ЗАГАЛЬНИЙ РОЗМІР СУСПІЛЬНИХ ВИТРАТ НА ВИРОБНИЦТВО І ВИКОРИСТАННЯ ПРОДУКЦІЇ ЗА ПЕВНИХ УМОВ ЇЇ СПОЖИВАННЯ Є МІНІМАЛЬНИМ, НАЗИВАЄТЬСЯ:

1. абсолютним рівнем якості;
2. відносним рівнем якості;
3. перспективним рівнем якості;
4. оптимальним рівнем якості;
5. нормативним рівнем якості.



39. ПОКАЗНИКИ ЯКОСТІ ВИРОБНИЦТВА ПРОДУКЦІЇ ХАРАКТЕРИЗУЮТЬ:

1. рівень дефектності продукції;
2. відповідність готового виробу вимогам нормативно-технічної документації;
3. технічний рівень продукції;
4. естетичні властивості виробу;
5. експлуатаційні властивості продукту.

40. ЩОБ ОДЕРЖАТИ ВІД РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОДУКЦІЇ ЗАПЛАНОВАНИЙ ПРИРІСТ ВИТОРГУ, НЕОБХІДНО ВИКОНАТИ ТАКІ ВИМОГИ:

1. розмір попиту має значно перевищувати розмір пропозиції;
2. розмір попиту має не перевищувати розмір пропозиції;
3. цінова еластичність має дорівнювати одиниці;
4. цінова еластичність має бути більше одиниці;
5. поточні витрати на виробництво одиниці продукції мають зростати.

41. НАЗВІТЬ, ЯКА ІННОВАЦІЙНА СТРАТЕГІЯ ВИЗНАЧАЄТЬСЯ ТИМ, ЩО ХАРАКТЕР ТЕХНОЛОГІЧНИХ ЗМІН ФІРМИ ПІДПОРЯДКОВАНИЙ ПОЛІТИЦІ ІНШОЇ ФІРМИ, ЯКА Є ГОЛОВНОЮ НА ДАНОМУ РИНКУ ПРОДУКЦІЇ І ВИСТУПАЄ ЗАМОВНИКОМ У КООПЕРАТИВНИХ ЗВ'ЯЗКАХ:

1. наступальна;
2. захисна;
3. імітаційна;
4. залежна;
5. традиційна.

42. НАЗВІТЬ, ЯКА ІННОВАЦІЙНА СТРАТЕГІЯ ПОВ'ЯЗАНА З ВИКОРИСТАННЯМ ПОЛІПШУЮЧИХ ІННОВАЦІЙ ТА ВИЗНАЧАЄТЬСЯ ПОЗИЦІЄЮ ПОРУЧ І ТРОХИ ПОЗАДУ ПІОНЕРНИХ ТЕХНОЛОГІЧНИХ ЗМІН:

1. наступальна;
2. захисна;
3. імітаційна;
4. залежна;
5. традиційна.

43. ПОЯСНІТЬ, ЯКА ІННОВАЦІЙНА СТРАТЕГІЯ ПОВ'ЯЗАНА З КОПІЮВАННЯМ ТЕХНОЛОГІЇ ВИРОБНИЦТВА ПРОДУКЦІЇ ФІРМ-ПІОНЕРІВ, ВИХОДОМ НА РИНОК ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ:

1. наступальна;
2. захисна;
3. імітаційна;
4. залежна;
5. традиційна.

44. НАЗВІТЬ, ЯКА ІННОВАЦІЙНА СТРАТЕГІЯ ПОВ'ЯЗАНА З ПРАГНЕННЯМ ФІРМИ ДОСЯГТИ ТЕХНІЧНОГО ТА РИНКОВОГО ЛІДЕРСТВА ШЛЯХОМ СТВОРЕННЯ ТА ВПРОВАДЖЕННЯ НОВИХ ПРОДУКТІВ:

1. наступальна;
2. захисна;
3. імітаційна;
4. залежна;
5. традиційна.

45. ДАЙТЕ ВІДПОВІДЬ, ЯКА ІННОВАЦІЙНА СТРАТЕГІЯ ПОВ'ЯЗАНА З УДОСКОНАЛЕННЯМИ ФОРМИ І СЕРВІСУ ПРОДУКЦІЇ, ЗАКРІПЛЕННЯМ ПЕВНИХ ІННОВАЦІЙНИХ ФОРМ НА ТРИВАЛИЙ ПЕРІОД ЇХ «ЖИТТЄВОГО ЦИКЛУ»:

1. наступальна;
2. захисна;
3. імітаційна;
4. залежна;
5. традиційна.

46. НАЗВІТЬ, ЯКА З ІННОВАЦІЙНИХ СТРАТЕГІЙ ПОВ'ЯЗАНА З ВИСОКИМ РІВНЕМ ФІНАНСОВИХ РИЗИКІВ:

1. наступальна;
2. захисна;
3. імітаційна;
4. залежна;
5. традиційна.

47. ЯКЩО ДАНІ СВІДЧАТЬ НА КОРИСТЬ «ГІПОТЕЗИ ПРО СИГНАЛІЗУВАННЯ», ТО:

1. роки, проведені вами в коледжі, збільшують вашу продуктивність;
2. роки проведені вами в коледжі, не обов'язково збільшують вашу продуктивність;
3. роботодавець буде готовий сплачувати вам вищу зарплату по закінченні коледжу, тому що ви зможете випускати більше продукції, ніж індивідуум, що має тільки середню освіту;
4. залежність ваших прибутків від віку не буде значно вищою, ніж в індивідуума із середньою освітою;
5. правильна відповідь відсутня.

48. ПРИ ПОРІВНЯННІ З ФІРМОЮ — КОНКУРЕНТОМ, МОНОПОЛІСТ НА РИНКУ ПРАЦІ:

1. буде сплачувати вищу зарплату і наймати більше робітників, ніж конкурентна фірма;
2. буде сплачувати вищу зарплату і наймати менше робітників, ніж конкурент;

3. буде сплачувати меншу зарплату і наймати менше робітників, ніж конкурент;
4. найматиме таку саму кількість робітників, як і конкурентна фірма, але сплачуватиме їм нижче зарплату;
5. не робитиме нічого з переліченого.

49. ОЦІНКА НАСЕЛЕННЯ, ЩО МЕШКАЄ В ЗОНІ РЕАЛІЗАЦІЇ ІННОВАЦІЙНОГО ПРОЕКТУ, ПОТРЕБУЄ:

1. оцінити населення з погляду демографічних, соціальних особливостей, умов проживання;
2. оцінити населення з погляду зайнятості, відпочинку і визначити міру впливу проекту на ці параметри;
3. оцінити умови поліпшення рівня життя;
4. оцінити ступінь впливу проекту на умови проживання, зайнятості і відпочинку населення;
5. спрогнозувати зміну соціокультурних параметрів населення.

50. СОЦІАЛЬНІ НАСЛІДКИ ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЕКТІВ ОЦІНЮЮТЬСЯ:

1. бенефіціаторами проекту;
2. учасниками проекту;
3. населенням країни;
4. аналітиками, що готують проект;
5. усі попередні відповіді правильні.

#### **4. ТЕСТОВІ ЗАВДАННЯ З ДИСЦИПЛІНИ «ЕКОНОМІКА ПРАЦІ І СОЦІАЛЬНО-ТРУДОВІ ВІДНОСИНИ»**

##### **1. ЕКОНОМІЧНО АКТИВНЕ НАСЕЛЕННЯ – ЦЕ:**

1. частина населення у віці 16-55 років, яка пропонує свою працю для виробництва товарів і надання різноманітних послуг;
2. частина населення у віці 15-70 років, яка пропонує свою працю для виробництва товарів і надання різноманітних послуг;
3. особи у віці 15-60 років, які виконують роботи за винагороду за наймом на умовах повного або неповного робочого дня;
4. особи у віці 18-60 років, які зайняті економічною діяльністю;
5. сукупність людей, що проживають на визначеній території.

##### **2. РУХ НАСЕЛЕННЯ, ПОВ'ЯЗАНИЙ ЗІ ЗМІНОЮ ЙОГО ТРУДОВОЇ АКТИВНОСТІ, ЩО ПРИЗВОДИТЬ ДО ВІДПОВІДНОГО ЗБІЛЬШЕННЯ АБО ЗМЕНШЕННЯ РЕСУРСІВ ДЛЯ ПРАЦІ – ЦЕ:**

1. природний рух населення;
2. економічний рух населення;
3. міграційний рух населення;
4. соціальний рух населення;
5. традиційний рух населення.

##### **3. ЗРОСТАННЯ ОСВІТНЬОГО РІВНЯ ПРАЦІВНИКІВ, ЇХНЬОЇ КВАЛІФІКАЦІЇ, ФІЗИЧНИХ ТА РОЗУМОВИХ ЗДІБНОСТЕЙ – ЦЕ:**

1. формування ресурсів для праці;
2. екстенсивне відтворення трудових ресурсів;
3. використання трудових ресурсів;
4. інтенсивне відтворення трудових ресурсів;
5. реактивне відтворення трудових ресурсів.

##### **4. КОМПЛЕКС ВЗАЄМОВІДНОСИН МІЖ НАЙМАНИМИ ПРАЦІВНИКАМИ ТА РОБОТОДАВЦЯМИ ЗА УЧАСТІ ДЕРЖАВИ, ПОВ'ЯЗАНИ З НАЙМОМ ПРАЦІВНИКІВ, ВИКОРИСТАННЯМ І ОПЛАТОЮ ЇХНЬОЇ ПРАЦІ, ВІДТВОРЕННЯМ РОБОЧОЇ СИЛИ – ЦЕ:**

1. соціально-трудова відносина;
2. трудова відносина;
3. економічна відносина;
4. виробничі відносина;
5. господарські відносина.

##### **5. ДО СТОРІН СОЦІАЛЬНО-ТРУДОВИХ ВІДНОСИН НЕ НАЛЕЖАТЬ:**

1. держава;
2. наймані працівники;
3. об'єднання роботодавців;

4. роботодавці;
5. немає вірних відповідей.

6. ПРАВОВИЙ АКТ, ЩО УКЛАДАЄТЬСЯ З МЕТОЮ РЕГУЛЮВАННЯ СОЦІАЛЬНО-ТРУДОВИХ ВІДНОСИН НА ПІДПРИЄМСТВІ МІЖ НАЙМАНИМИ ПРАЦІВНИКАМИ ТА РОБОТОДАВЦЕМ ДЛЯ УЗГОДЖЕННЯ ЇХНІХ ІНТЕРЕСІВ – ЦЕ:

1. генеральна угода;
2. колективний договір;
3. регіональна угода;
4. трудовий договір;
5. контракт.

7. ПОЛОЖЕННЯ КОЛЕКТИВНОГО ДОГОВОРУ ПОШИРЮЮТЬСЯ НА:

1. працівників підприємства, установи, організації, які є членами профспілки;
2. працівників підприємства, установи, організації, які працюють менше одного року і є членами професійної спілки;
3. працівників підприємства, установи, організації незалежно від того, чи є вони членами професійної спілки;
4. працівників підприємства, установи, організації, які працюють більше десяти років і є членами професійної спілки;
5. працівників підприємства, установи, організації, які не порушували правил внутрішнього трудового розпорядку і є членами професійної спілки.

8. НА ЯКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ ВІДБУВАЄТЬСЯ УКЛАДАННЯ КОЛЕКТИВНОГО ДОГОВОРУ ЯК ПРАВОВОГО АКТА?:

1. приватних підприємствах, які використовують найману працю і мають права юридичної особи;
2. державних підприємствах, які використовують найману працю і мають права юридичної особи;
3. підприємствах з іноземними інвестиціями, які використовують найману працю і мають права юридичної особи;
4. підприємствах незалежно від форм власності і господарювання, які використовують найману працю і мають права юридичної особи;
5. великих підприємствах, які використовують найману працю і мають права юридичної особи.

9. ПРЕДМЕТОМ ТРУДОВОГО ДОГОВОРУ НА ПІДПРИЄМСТВІ НЕ МОЖЕ БУТИ:

1. забезпечення житлово-побутового та культурного обслуговування працівників;
2. організація оздоровлення і відпочинку працівників;
3. встановлення мінімальних соціальних гарантій оплати праці усіх груп і верств населення;

4. встановлення режиму роботи, тривалості робочого часу і відпочинку працівників;
5. підстави припинення трудового договору.

10. БЕЗРОБІТТЯ, ЯКЕ ПОВ'ЯЗАНЕ З ПЕРЕМІЩЕННЯМ ОСІБ З ОДНІЄЇ РОБОТИ НА ІНШУ, З ОДНІЄЇ МІСЦЕВОСТІ ДО ІНШОЇ – ЦЕ:

1. фрикційне безробіття;
2. структурне безробіття;
3. циклічне безробіття;
4. вимушене безробіття;
5. приховане безробіття.

11. ОРГАНІЗАЦІЯ ПРАЦІ – ЦЕ:

1. спосіб поєднання безпосередніх виробників із засобами виробництва з метою створення умов для одержання високих кінцевих соціально-економічних результатів;
2. відокремлення різних видів трудової діяльності від загального цілого та закріплення їх за певними групами людей;
3. раціональне планування та оснащення робочих місць;
4. планування потреби в робочій силі;
5. визначення обґрунтованих норм витрат праці на виробництво продукції і надання послуг.

12. ЯКИЙ ВИД ПОДІЛУ ПРАЦІ ВІДБУВАЄТЬСЯ МІЖ РІЗНИМИ КАТЕГОРІЯМИ ПРАЦІВНИКІВ, ЯКІ ВХОДЯТЬ ДО СКЛАДУ ПЕРСОНАЛУ (РОБІТНИКИ, КЕРІВНИКИ, ФАХІВЦІ І СЛУЖБОВЦІ), А ТАКОЖ МІЖ ОСНОВНИМИ І ДОПОМІЖНИМИ РОБІТНИКАМИ?:

1. кваліфікаційний поділ праці;
2. професійний поділ праці;
3. поопераційний поділ праці;
4. функціональний поділ праці;
5. технологічний поділ праці.

13. КІЛЬКІСТЬ ВИРОБЛЕНОЇ ПРОДУКЦІЇ ЗА ОДИНИЦЮ ЧАСУ АБО КІЛЬКІСТЬ ПРОДУКЦІЇ, ЯКА ПРИПАДАЄ НА ОДНОГО СЕРЕДНЬООБЛІКОВОГО ПРАЦІВНИКА ЧИ РОБІТНИКА ЗА РІК, КВАРТАЛ, МІСЯЦЬ – ЦЕ:

1. виробнича трудомісткість;
2. технологічна трудомісткість;
3. виробіток;
4. планова трудомісткість;
5. виробнича програма.

14. ТЕХНОЛОГІЧНА ТРУДОМІСТКІСТЬ ВКЛЮЧАЄ:

1. затрати праці основних і допоміжних робітників;

2. затрати праці допоміжних робітників, які зайняті обслуговуванням виробництва;
3. затрати праці основних робітників-відрядників та основних робітників-погодинників;
4. затрати праці всіх категорій промислово-виробничого персоналу;
5. затрати праці керівників, професіоналів, фахівців і технічних службовців.

15. РОЗРІЗНЯЮТЬ ТАКІ ВИДИ ТРУДОМІСТКОСТІ ЗА ПРИЗНАЧЕННЯМ:

1. планова, фактична, виробнича;
2. основна, допоміжна, планова;
3. нормативна, планова, фактична;
4. нормована, ненормована, звітна;
5. технологічна, виробнича, повна.

16. МЕТОДАМИ ВИЗНАЧЕННЯ ВИРОБІТКУ Є:

1. натуральний, вартісний, грошовий;
2. трудовий, вартісний, натуральний;
3. матеріальний, нематеріальний;
4. натуральний, індексний, грошовий;
5. нормативний, трудовий, укрупнений.

17. ТРУДОМІСТКІСТЬ ПРОДУКЦІЇ ХАРАКТЕРИЗУЄ:

1. витрати праці на виробництво одиниці продукції;
2. кількість продукції, виготовлену за одиницю часу;
3. кількість продукції, яка припадає на одного середньооблікового працівника;
4. вартість виготовленої продукції;
5. вартість реалізованої продукції.

18. ЗАЛЕЖНО ВІД ОДИНИЦІ ВИМІРУ РОБОЧОГО ВИЗНАЧАЮТЬ ВИРОБІТОК:

1. годинний, квартальний, річний;
2. годинний, місячний, декадний;
3. годинний, денний, річний;
4. денний, добовий, річний;
5. годинний, змінний, місячний.

19. СКЛАДОВІ ЗАРОБІТНОЇ ПЛАТИ:

1. основна заробітна плата, додаткова заробітна плата, інші заохочувальні та компенсаційні виплати;
2. основна заробітна плата, додаткова заробітна плата, матеріальна допомога;
3. основна заробітна плата, надбавки та доплати до тарифних ставок та посадових окладів;
4. основна заробітна плата, премії за виробничі результати, матеріальна допомога;

5. інші заохочувальні і компенсаційні виплати, доплати та надбавки до тарифних ставок та посадових окладів.

## 20. ВИНАГОРОДА ЗА ВИКОНАНУ РОБОТУ ВІДПОВІДНО ДО ВСТАНОВЛЕНИХ НОРМ ПРАЦІ – ЦЕ:

1. додаткова заробітна плата;
2. мінімальна заробітна плата;
3. премія;
4. основна заробітна плата;
5. матеріальна допомога.

## 21. ТАРИФНА СИСТЕМА ОПЛАТИ ПРАЦІ ВКЛЮЧАЄ:

1. тарифні ставки, тарифні сітки, схеми посадових окладів, тарифно-кваліфікаційні довідники;
2. тарифні сітки, форми і системи оплати праці, тарифні розряди;
3. тарифно-кваліфікаційні довідники, тарифні коефіцієнти, схеми посадових окладів;
4. норми праці, відрядні розцінки, тарифні сітки;
5. тарифні ставки, тарифні розряди, тарифно-кваліфікаційні довідники.

## 22. СУКУПНІСТЬ КВАЛІФІКАЦІЙНИХ ТАРИФНИХ РОЗРЯДІВ ТА ВІДПОВІДНИХ ЇМ ТАРИФНИХ КОЕФІЦІЄНТІВ, ЗА ЯКИМИ ВИЗНАЧАЄТЬСЯ РОЗМІР ТАРИФНИХ СТАВОК ОПЛАТИ ПРАЦІ ПРАЦІВНИКІВ У ЗАЛЕЖНОСТІ ВІД СКЛАДНОСТІ ВИКОНУВАНИХ РОБІТ ТА КВАЛІФІКАЦІЇ ПРАЦІВНИКІВ – ЦЕ:

1. схема посадових окладів;
2. тарифна сітка;
3. нормативи праці;
4. штатний розпис;
5. тарифно-кваліфікаційний довідник.

## 23. ТАРИФНИЙ РОЗРЯД – ЦЕ:

1. елемент тарифної сітки, що характеризує складність виконуваних робіт та рівень кваліфікації працівника, здатного виконувати роботу відповідної складності;
2. елемент порозрядної диференціації тарифних ставок тарифної сітки, який є відношенням розміру тарифної ставки кожного наступного розряду тарифної сітки до розміру ставки першого розряду;
3. елемент тарифної сітки, який визначає годинний (денний або місячний) розмір оплати праці працівника в залежності від складності виконуваних робіт або його кваліфікації;
4. показник співвідношення тарифних коефіцієнтів останнього та першого тарифних розрядів тарифної сітки;
5. правильна відповідь відсутня.



24. ПЕРЕЛІК НАЗВ ПОСАД ПРАЦІВНИКІВ І РОЗМІРІВ ЇХ ЩОМІСЯЧНИХ ОКЛАДІВ, ЯКІ ЗАСТОСОВУЮТЬСЯ ДЛЯ ОПЛАТИ ПРАЦІ КЕРІВНИКІВ, ТЕХНІЧНИХ ПРАЦІВНИКІВ, ФАХІВЦІВ, ПРОФЕСІОНАЛІВ, А ТАКОЖ РОБІТНИКІВ ДЕЯКИХ ПРОФЕСІЙ – ЦЕ:

1. тарифна сітка;
2. штатний розпис;
3. тарифно-кваліфікаційний довідник;
4. схема посадових окладів;
5. діапазон тарифної сітки.

25. ТАРИФНА СІТКА ФОРМУЄТЬСЯ НА ОСНОВІ:

1. тарифно-кваліфікаційного довідника;
2. штатного розпису та схеми посадових окладів;
3. тарифної ставки робітника першого розряду та міжкваліфікаційних співвідношень розмірів тарифних ставок;
4. форм та систем оплати праці;
5. схеми посадових окладів.

26. ТАРИФНУ СТАВКУ БУДЬ-ЯКОГО РОЗРЯДУ ВИЗНАЧАЮТЬ:

1. множенням тарифної ставки 1-го розряду на тарифний коефіцієнт даного розряду;
2. діленням тарифної ставки 1-го розряду на тарифний коефіцієнт даного розряду;
3. множенням тарифної ставки 1-го розряду на середній тарифний розряд робіт;
4. діленням тарифної ставки 1-го розряду на середній тарифний розряд робіт;
5. множенням тарифної ставки 1-го розряду на тарифний коефіцієнт 1-го розряду.

27. ВНУТРІШНІЙ НОРМАТИВНИЙ ДОКУМЕНТ, ДЕ ВКАЗАНО ПЕРЕЛІК ПОСАД, ЩО Є НА ПІДПРИЄМСТВІ, ЧИСЕЛЬНІСТЬ ПРАЦІВНИКІВ З КОЖНОЮ З НИХ І РОЗМІРИ ЇХНІХ МІСЯЧНИХ ПОСАДОВИХ ОКЛАДІВ – ЦЕ:

1. штатний розпис;
2. схема посадових окладів;
3. тарифно-кваліфікаційний довідник;
4. посадова інструкція;
5. колективний договір.

28. РОЗМІР ЗАРОБІТНОЇ ПЛАТИ, НАРАХОВАНОЇ ПРАЦІВНИКУ ЗА ВИКОНАНІЙ ОБСЯГ РОБІТ ВІДПОВІДНОЇ СКЛАДНОСТІ АБО ВІДРОБЛЕНИЙ ЧАС, З УРАХУВАННЯМ ЙОГО КВАЛІФІКАЦІЇ ТА РОЗРАХОВАНОЇ ЗА ТАРИФНИМИ СТАВКАМИ ВІДПОВІДНИХ РОЗРЯДІВ ТАРИФНОЇ СІТКИ БЕЗ УРАХУВАННЯ ПРЕМІЙ, ДОПЛАТ, НАДБАВОК ТА ІНШИХ ВИПЛАТ – ЦЕ:

1. відрядно-преміальна заробітна плата;
2. тарифна заробітна плата;

3. погодинно-преміальна заробітна плата;
4. відрядно-прогресивна заробітна плата;
5. пряма погодинна заробітна плата.

29. ДЛЯ ДОПОМІЖНИХ РОБІТНИКІВ ЗАСТОСОВУЮТЬСЯ:

1. денні тарифні ставки;
2. годинні тарифні ставки;
3. місячні тарифні ставки;
4. годинні та денні тарифні ставки;
5. квартальні тарифні ставки.

30. ЗА СХЕМОЮ ПОСАДОВИХ ОКЛАДІВ ЗДІЙСНЮЄТЬСЯ ОПЛАТА ПРАЦІ:

1. службовців;
2. спеціалістів;
3. керівників;
4. керівників, спеціалістів і службовців;
5. робітників.

31. СЕРЕДНІЙ ТАРИФНИЙ КОЕФІЦІЄНТ РОБІТ ( $TK_c$ ) ВИЗНАЧАЄТЬСЯ ЗА ФОРМУЛОЮ ( $TK$  – ТАРИФНИЙ КОЕФІЦІЄНТ ВІДПОВІДНОГО РОЗРЯДУ,  $T_p$  – ТРУДОМІСТКІСТЬ РОБІТ, ВІДНЕСЕНИХ ДО ДАНОГО РОЗРЯДУ,  $\sum T_p$  – СУМАРНА ТРУДОМІСТКІСТЬ РОБІТ,  $\sum Ч_p$  – ЗАГАЛЬНА ЧИСЕЛЬНІСТЬ РОБІТНИКІВ):

1.  $TK_c = \frac{\sum TK \times T_p}{TK}$ ;

2.  $TK_c = \frac{\sum TK \times T_p}{\sum Ч_p}$ ;

3.  $TK_c = \frac{\sum TK \times T_p}{\sum T_p}$ ;

4.  $TK_c = \frac{\sum TK \times Ч_p}{\sum T_p}$ ;

5. правильна відповідь відсутня.

32. ТАРИФІКАЦІЯ РОБІТ І ВСТАНОВЛЕННЯ КВАЛІФІКАЦІЙНИХ РОЗРЯДІВ ЗДІЙСНЮЄТЬСЯ НА ОСНОВІ:

1. схеми посадових окладів;
2. штатного розпису;
3. тарифно-кваліфікаційних довідників;
4. закону України “Про оплату праці”;
5. класифікатора професій.

33. ЗАРОБІТНА ПЛАТА РОБІТНИКА-ВІДРЯДНИКА ЗАЛЕЖИТЬ ВІД:

1. норми виробітку та розміру премій;
2. якості продукції та відрядної розцінки;

3. відпрацьованого часу та годинної тарифної ставки;
4. кількості виготовленої продукції та відрядної розцінки;
5. відпрацьованого часу та відрядної розцінки.

34. СИСТЕМА ОПЛАТИ ПРАЦІ, ЯКА СПРЯМОВАНА НА ПІДВИЩЕННЯ МАТЕРІАЛЬНОЇ ЗАЦІКАВЛЕНОСТІ КОЖНОГО ПРАЦІВНИКА В ПІДВИЩЕННІ ВИРОБІТКУ, ПРОТЕ НЕ ЗАЦІКАВЛЮЄ ПРАЦІВНИКІВ В ПОЛІПШЕННІ ІНШИХ ПОКАЗНИКІВ:

1. акордна;
2. пряма погодинна;
3. пряма відрядна;
4. відрядно-прогресивна;
5. непряма відрядна.

35. СИСТЕМА ОПЛАТИ ПРАЦІ ДЛЯ МАТЕРІАЛЬНОЇ ВИНАГОРОДИ ДОПОМІЖНИХ РОБІТНИКІВ:

1. непряма відрядна;
2. пряма відрядна;
3. відрядно-преміальна;
4. відрядно-прогресивна;
5. погодинно-преміальна.

36. СИСТЕМА ОПЛАТИ ПРАЦІ, ЗА ЯКОЇ СУМА ЗАРОБІТНОЇ ПЛАТИ ВІДОМА ДО ВИКОНАННЯ САМОГО ЗАВДАННЯ:

1. погодинно-преміальна;
2. відрядно-прогресивна;
3. акордна;
4. пряма відрядна;
5. відрядно-преміальна.

37. ВИРОБІТОК РОБІТНИКА ЗГІДНО З ІНДИВІДУАЛЬНИМ ЗАВДАННЯМ ОПЛАЧУЄТЬСЯ ЗА ВСТАНОВЛЕНИМИ ТВЕРДИМИ РОЗЦІНКАМИ, А ПОНАДНОРМОВИЙ – ЗА ПІДВИЩЕНИМИ ЗА:

1. безтарифної системи оплати праці;
2. відрядно-преміальної системи оплати праці;
3. відрядно-прогресивної системи оплати праці;
4. контрактної системи оплати праці;
5. непрямой відрядної системи оплати праці.

38. ЗА БЕЗТАРИФНОЇ СИСТЕМИ ЗАРОБІТНА ПЛАТА ЗАЛЕЖИТЬ ВІД:

1. коефіцієнта трудової участі;
2. фактично відпрацьованого часу;
3. кваліфікаційного рівня робітника;
4. обсягу виготовленої продукції;
5. відповіді 1, 2, 3.

39. ОСНОВНИЙ ПОКАЗНИК, ЯКИЙ ХАРАКТЕРИЗУЄ ТРУДОВУ УЧАСТЬ РОБІТНИКІВ У КОЛЕКТИВНІЙ ПРАЦІ:

1. коефіцієнт трудової участі;
2. індивідуальний виробіток;
3. тарифна заробітна плата;
4. бригадна розцінка;
5. тарифний розряд робітників.

40. МЕТОДИ ПЛАНУВАННЯ ПРОДУКТИВНОСТІ ПРАЦІ:

1. індексний метод, непрямий метод;
2. коефіцієнтний метод, поелементний метод;
3. сумарний метод, метод непрямого розрахунку;
4. інтегральний метод, метод ланцюгових підстановок;
5. пофакторний метод, метод прямого розрахунку.

41. ПЕРЕДБАЧАЄ ВИЗНАЧЕННЯ ПЛАНОВОГО РІВНЯ ПРОДУКТИВНОСТІ ПРАЦІ, ВИХОДЯЧИ ІЗ ЗАПЛАНОВАНОГО ОБСЯГУ ВИПУСКУ ПРОДУКЦІЇ ТА ПЛАНОВОЇ ЧИСЕЛЬНОСТІ ПРОМИСЛОВО-ВИРОБНИЧОГО ПЕРСОНАЛУ:

1. метод планування продуктивності праці на основі норм виробітку;
2. пофакторний метод планування продуктивності праці;
3. інтегральний метод планування продуктивності праці;
4. метод прямого розрахунку;
5. сумарний метод планування продуктивності праці.

42. ПРАЦІВНИКИ, ЩО ОРГАНІЗОВУЮТЬ ВИРОБНИЦТВО І ЗДІЙСНЮЮТЬ УПРАВЛІННЯ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА ТА ЙОГО СТРУКТУРНИХ ПІДРОЗДІЛІВ – ЦЕ:

1. професіонали;
2. керівники;
3. фахівці;
4. робітники;
5. технічні службовці.

43. ПРАЦІВНИКИ, ЯКІ ЗДІЙСНЮЮТЬ ПІДГОТОВКУ ТА ОФОРМЛЕННЯ ДОКУМЕНТІВ, ЗОКРЕМА ДІЛОВОДИ, СЕКРЕТАРІ ТОЩО – ЦЕ:

1. професіонали;
2. основні робітники;
3. технічні службовці;
4. допоміжні робітники;
5. фахівці.

44. СЕРЕДНЬООБЛІКОВА ЧИСЕЛЬНІСТЬ ПРАЦІВНИКІВ ЗА МІСЯЦЬ РОЗРАХОВУЄТЬСЯ:

1. підсумовуванням чисельного складу працівників за кожен календарний день місяця і діленням на кількість днів місяця;
2. діленням кількості працівників на кінець місяця на кількість днів місяця;
3. діленням суми працівників на початок та на кінець місяця на 2;
4. відніманням чисельності працівників на початок та кінець місяця;
5. діленням кількості працівників, які відпрацювали всі робочі дні місяці, на кількість робочих днів місяця.

45. ВСІХ ПРАЦІВНИКІВ, ЯКІ З'ЯВИЛИСЯ НА РОБОТУ, ХАРАКТЕРИЗУЄ:

1. середньооблікова чисельність;
2. явочна чисельність;
3. облікова чисельність;
4. планова чисельність;
5. середньооблікова чисельність.

46. НОМІНАЛЬНИЙ ФОНД РОБОЧОГО ЧАСУ ВИЗНАЧАЄТЬСЯ ЯК:

1. різниця між календарним фондом робочого часу і кількістю святкових і вихідних днів;
2. відношення номінального фонду робочого часу і кількості робочих днів в році;
3. різниця між календарним і корисним фондами робочого часу;
4. відношення корисного фонду робочого часу та ефективного фонду робочого часу одного працівника;
5. добуток корисного фонду робочого часу і кількості вихідних днів.

47. СПІВВІДНОШЕННЯ ЧИСЕЛЬНОСТІ ПРАЦІВНИКІВ, ЯКІ ПРАЦЮЮТЬ ПОСТІЙНО І СЕРЕДНЬООБЛІКОВОЇ ЧИСЕЛЬНОСТІ ПРАЦІВНИКІВ ЗА ЦЕЙ ПЕРІОД – ЦЕ:

1. коефіцієнт обороту з прийняття;
2. відданість персоналу;
3. коефіцієнт плинності кадрів;
4. коефіцієнт стабільності;
5. немає вірних відповідей.

48. ОРГАНІЗАЦІЙНА СТРУКТУРА МОП СКЛАДАЄТЬСЯ З:

1. Міжнародної конференції праці, Генерального директора;
2. Адміністративної ради, Міжнародного інституту соціально-трудова досліджень;
3. Міжнародної конференції праці, Адміністративної ради, Міжнародного бюро праці;
4. Міжнародного навчального центру, Регіональної конференції праці;
5. Міжнародного бюро праці, Генерального директора, Міжнародного інституту соціально-трудова досліджень.

49. ВИЩИМ ОРГАНОМ МІЖНАРОДНОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ ПРАЦІ Є:

1. Генеральний директор;
2. Міжнародна конференція праці;
3. Міжнародне бюро праці;
4. Адміністративна рада;
5. Міжнародний навчальний центр.

50. ВИКОНАВЧИЙ ОРГАН МІЖНАРОДНОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ ПРАЦІ:

1. Міжнародний інститут соціально-трудо­вих досліджень;
2. Адміністративна рада;
3. Міжнародна конференція праці;
4. Міжнародне бюро праці;
5. правильна відповідь відсутня.

## **5. ТЕСТОВІ ЗАВДАННЯ З ДИСЦИПЛІНИ «МАРКЕТИНГ»**

### **1. ЩО ГОЛОВНЕ У ВИЗНАЧЕННІ МАРКЕТИНГУ:**

1. збут товару;
2. зменшення витрат виробництва;
3. задоволення потреб споживачів;
4. підвищення якості життя;
5. установлення ціни товару.

### **2. СОЦІАЛЬНИЙ ТА УПРАВЛІНСЬКИЙ ПРОЦЕС, СПРЯМОВАНИЙ НА ЗАДОВОЛЕННЯ ПОТРЕБ ТА БАЖАНЬ ЯК ІНДИВІДІВ, ТАК І ГРУП ШЛЯХОМ СТВОРЕННЯ, ПРОПОНУВАННЯ ТА ОБМІНУ НАДІЛЕНИХ ЦІННІСТЮ ТОВАРІВ, — ЦЕ:**

1. продаж;
2. менеджмент;
3. маркетинг;
4. розподіл;
5. правильна відповідь відсутня.

### **3. ЗАЛЕЖНО ВІД ЦІЛЕЙ ОБМІНУ РОЗРІЗНЯЮТЬ ТАКІ ВИДИ МАРКЕТИНГУ:**

1. комерційний маркетинг;
2. некомерційний маркетинг;
3. маркетинг послуг.

### **4. СИСТЕМАТИЧНЕ ЗБИРАННЯ, ОБРОБЛЕННЯ ТА АНАЛІЗ ДАНИХ З МЕТОЮ ПРИЙНЯТТЯ ОБҐРУНТОВАНИХ МАРКЕТИНГОВИХ РІШЕНЬ, — ЦЕ:**

1. прогнозування ринку;
2. маркетингові дослідження;
3. вивчення споживачів;
4. сегментування ринку;
5. правильна відповідь відсутня.

### **5. ЩО ТАКЕ МАРКЕТИНГОВА ІНФОРМАЦІЯ?**

1. цифри, факти, свідчення й інші дані, які необхідно для оцінки і прогнозу маркетингової діяльності;
2. динамічні ряди, які характеризують розвиток економіки;
3. статистичний банк маркетингу;
4. правильна відповідь відсутня;
5. всі відповіді вірні.

### **6. ВІДЧУТТЯ ЛЮДИНОЮ НЕСТАЧІ ЧОГОСЬ НЕОБХІДНОГО, СПРЯМОВАНЕ НА ЙОГО ЗМЕНШЕННЯ ЧИ ЛІКВІДАЦІЮ, — ЦЕ**

1. бажання;
2. потреба;

3. попит;
4. пропозиція;
5. правильна відповідь відсутня.

7. ЗА ТЕРИТОРІАЛЬНОЮ ОЗНАКОЮ РОЗРІЗНЯЮТЬ ТАКІ ВИДИ МАРКЕТИНГУ:

1. внутрішній та міжнародний маркетинг;
2. мікромаркетинг;
3. соціальний маркетинг;
4. демаркетинг;
5. правильна відповідь відсутня.

8. ЗАЛЕЖНО ВІД ОСОБЛИВОСТЕЙ СУБ'ЄКТА РОЗРІЗНЯЮТЬ ТАКІ ВИДИ МАРКЕТИНГУ:

1. мікро-, макромаркетинг;
2. зовнішньоекономічний маркетинг;
3. інноваційний маркетинг;
4. комерційний маркетинг;
5. правильна відповідь відсутня.

9. ПОКАЗНИКАМИ КОН'ЮНКТУРИ Є:

1. ціни;
2. показники матеріального виробництва;
3. показники попиту на товари;
4. усе перераховане;
5. правильна відповідь відсутня.

10. СУКУПНІСТЬ СУБ'ЄКТІВ, УМОВ І СИЛ, ЩО ДІЮТЬ ЗА МЕЖАМИ ФІРМИ І ЗДАТНІ ВПЛИНУТИ НА ЇЇ МАРКЕТИНГОВУ ДІЯЛЬНІСТЬ, — ЦЕ:

1. мікросередовище;
2. маркетингове середовище;
3. макросередовище;
4. економічні фактори;
5. правильна відповідь відсутня.

11. ПОСТІЙНЕ ПРОПАГУВАННЯ ВИНЯТКОВОСТІ ТОВАРУ, ЯКУ СПОЖИВАЧ СПРИЙМАЄ ЯК БЕЗПОСЕРЕДНЮ ДЛЯ СЕБЕ КОРИСТЬ, — ЦЕ:

1. мета реклами;
2. завдання публіситі;
3. завдання реклами;
4. мета публіситі;
5. правильна відповідь відсутня.

12. ДО РЕКЛАМНИХ ЗАСОБІВ НАЛЕЖАТЬ:



1. газети, журнали, телебачення, реклама поштою, рекламні щити і плакати, реклама в торгових точках;
2. газети, журнали, телебачення, радіо, реклама поштою, реклама в торгових точках;
3. газети, телебачення, радіо, реклама поштою, рекламні щити і плакати, реклама в торгових точках;
4. газети, журнали, телебачення, радіо, реклама поштою, рекламні щити і плакати, реклама в торгових точках;
5. правильна відповідь відсутня.

### 13. ЩО ТАКЕ МАРКЕТИНГОВА ФІРМА?

1. фірма, яка на комерційних засадах виконує для будь-якого підприємства маркетингові дослідження;
2. фірма, що функціонує на принципах маркетингу;
3. фірма, яка має в своєму складі маркетингову службу;
4. правильна відповідь відсутня;
5. всі відповіді вірні.

### 14. ВИОКРЕМЛЕННЯ ПЕВНОЇ КІЛЬКОСТІ ПОКУПЦІВ, ЩО МАЮТЬ СХОЖУ АБО ОДНАКОВУ РЕАКЦІЮ НА КОМПЛЕКС МАРКЕТИНГОВИХ ЗАХОДІВ ПІДПРИЄМСТВА, ТОБТО ПОДІБНО СПРИЙМАЮТЬ ПАРАМЕТРИ ТОВАРУ, ЙОГО ЦІНУ, МІСЦЕ ЗБУТУ ТА МАРКЕТИНГОВІ КОМУНІКАЦІЇ:

1. масовий маркетинг;
2. позиціонування товару;
3. ринковий сегмент;
4. сегментування ринку;
5. правильна відповідь відсутня.

### 15. ЗГІДНО З МОДЕЛЛЮ ЗРОСТАННЯ/ЧАСТКА РИНКУ СТРАТЕГІЧНІ ГОСПОДАРСЬКІ ОДИНИЦІ, ЩО ЗДІЙСНЮЮТЬ НА РИНОК НЕЗНАЧНИЙ ВПЛИВ (МАЛА ЧАСТКА РИНКУ) В ГАЛУЗІ, ЯКА РОЗВИВАЄТЬСЯ (ШВИДКЕ ЗРОСТАННЯ):

1. «Дійні корови»;
2. «Зірки»;
3. «Знаки питання»;
4. «Собаки»;
5. «Коти».

### 16. АНАЛІЗ, ПЛАНУВАННЯ, ОРГАНІЗАЦІЯ, МОТИВАЦІЯ ТА КОНТРОЛЬ ЗА ЗДІЙСНЕННЯМ ЗАХОДІВ, РОЗРАХОВАНИХ НА ВСТАНОВЛЕННЯ, ЗМІЦНЕННЯ І ПІДТРИМКУ ВЗАЄМОВИГІДНИХ ОБМІНІВ ІЗ ЦІЛЬОВИМ РИНОКОМ ДЛЯ ДОСЯГНЕННЯ КОНКРЕТНОЇ МЕТИ ПІДПРИЄМСТВА:

1. маркетингова ревізія;
2. маркетинговий контроль;
3. організаційна структура маркетингу;

4. управління маркетингом;
5. правильна відповідь відсутня.

17. ПРОЦЕС ВИЗНАЧЕННЯ, ОЦІНЮВАННЯ ТА ІНФОРМУВАННЯ ЩОДО ВІДПОВІДНОСТІ РЕАЛЬНОГО СТАНУ ВСТАНОВЛЕНИМ НОРМАМ, — ЦЕ:

1. управління відділом маркетингу;
2. висновки відділу маркетингу;
3. контроль маркетингу;
4. планування маркетингу;
5. правильна відповідь відсутня.

18. «ПАБЛІК РИЛЕЙШІНЗ» У РАМКАХ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ ПРОСУВАННЯ ТОВАРІВ — ЦЕ:

1. форма пропагування товарів фірми або її самої за певну плату;
2. зв'язок фірми з широким колом комівожерів, дилерів, дистриб'юторів, брокерів;
3. певна методика збільшення доходів та прибутку фірми за рахунок залучення нової клієнтури;
4. популяризація фірми, її товарів через установаження зв'язків фірми з громадськими організаціями та особами.;
5. правильна відповідь відсутня.

19. ЗАВЕРШАЛЬНИЙ ЕТАП ПРОЦЕСУ УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОМ, НА ЯКОМУ ВИЗНАЧАЮТЬСЯ Й ОЦІНЮЮТЬСЯ ЗДОБУТІ (ПОРІВНЯНО ІЗ ЗАПРОПОНОВАНИМИ В МАРКЕТИНГОВИХ ПРОГРАМАХ) РЕЗУЛЬТАТИ ТА КОРИГУЮТЬСЯ ДІЇ З МЕТОЮ ДОСЯГНЕННЯ ПОСТАВЛЕНИХ ЦІЛЕЙ:

1. маркетингова ревізія;
2. маркетинговий контроль;
3. організаційна структура маркетингу;
4. управління маркетингом;
5. правильна відповідь відсутня.

20. КОНТРОЛЬ МАРКЕТИНГУ ПЕРЕДБАЧАЄ:

1. контроль результатів, маркетинговий аудит;
2. маркетинговий аудит, аудит цілей;
3. контроль результатів, контроль частки ринку;
4. контроль конкурентів;
5. правильна відповідь відсутня.

## **6. ТЕСТОВІ ЗАВДАННЯ З ДИСЦИПЛІНИ «НАЦІОНАЛЬНА ЕКОНОМІКА»**

**1. ДО ОЗНАК НАЦІЇ ЯК ІСТОРИЧНО СФОРМОВАНОЇ СПІЛЬНОСТІ ЛЮДЕЙ НАЛЕЖИТЬ:**

1. забезпечення сталого економічного зростання суспільства;
2. співвідношення між галузями та господарськими комплексами, які виражають господарські пропорції і стан суспільного поділу праці;
3. спільний координаційний центр, що, як правило, має форму державної інституції;
4. особливості програмування та прогнозування соціально-економічних процесів;
5. організаційно-економічна система взаємопов'язаних сфер господарської діяльності людей, якій властива технологічна та територіально-галузева пропорційність, обмежена державними кордонами.

**2. ОСНОВНИМИ ЕЛЕМЕНТИ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ Є:**

1. продуктивні сили;
2. техніко-економічні відносини;
3. соціально-економічні відносини;
4. організаційно-економічні відносини;
5. всі вище вказані елементи.

**3. ДО ЗАГАЛЬНОНАУКОВИХ МЕТОДІВ ДОСЛІДЖЕННЯ ТЕНДЕНЦІЙ РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ НАЛЕЖАТЬ:**

1. метод кореляційного аналізу;
2. метод економіко-математичного моделювання;
3. структурно-функціональний метод;
4. метод екстраполяції;
5. балансовий метод.

**4. ДО СПЕЦИФІЧНИХ МЕТОДІВ ДОСЛІДЖЕННЯ ТЕНДЕНЦІЙ РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ НАЛЕЖАТЬ:**

1. метод логіки;
2. метод економіко-математичного моделювання;
3. метод історичної хронології;
4. структурно-функціональний метод;
5. метод наукової абстракції.

**5. ДО БАЗОВИХ ІНСТИТУТІВ ЕКОНОМІКИ ПРЕДСТАВНИКИ ІНСТИТУЦІОНАЛІЗМУ ВІДНОСЯТЬ:**

1. збалансованість, цілісність, системність, керованість;
2. владу, працю, власність, управління;
3. працю, культуру ділової поведінки, владу, ментальність;
4. норми, традиції, принципи, звичаї, соціально-психологічні особливості нації;

5. науку, знання, управління, капітал.
6. ДО ОЗНАК НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ НЕ НАЛЕЖИТЬ:
  1. економічна свобода інформаційної сфери;
  2. керованість;
  3. організаційно-функціональна взаємозалежність між елементами системи;
  4. динамічність;
  5. відкритість.
7. ЗА СТРУКТУРНО-УПРАВЛІНСЬКИМ АСПЕКТОМ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ РОЗРІЗНЯЮТЬ:
  1. ринкову економіку, неринкову економіку;
  2. індустріальну економіку, економіку знань;
  3. феодальну економіку, традиційну економіку;
  4. командну економіку, змішану економіку;
  5. «чисту» ринкову економіку, змішану економіку.
8. ДЖЕРЕЛОМ БАГАТСТВА Є ГРОШІ У ВСІХ ЇХ ВИДАХ - ЦЕ ТВЕРДЖЕННЯ:
  1. фізіократів;
  2. монетаристів;
  3. представників інституціоналізму;
  4. меркантилістів;
  5. марксистів.
9. ОСНОВНИМ ДЖЕРЕЛОМ ЗБАГАЧЕННЯ НАЦІЇ Є ЗЕМЕЛЬНІ РЕСУРСИ - ЦЕ ТВЕРДЖЕННЯ:
  1. фізіократів;
  2. монетаристів;
  3. меркантилістів;
  4. марксистів;
  5. представників інституціоналізму.
10. ГРОШОВИЙ ОБІГ ОСНОВА МАКРОЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА - ЦЕ ТВЕРДЖЕННЯ:
  1. представників інституціоналізму;
  2. фізіократів;
  3. монетаристів;
  4. меркантилістів;
  5. марксистів.
11. ІНДЕКС ВАРТОСТІ ЖИТТЯ ХАРАКТЕРИЗУЄ:
  1. відносну конкурентоспроможність національної економіки на міжнародному ринку;
  2. зміну цін на товари і послуги, якими користується населення країни;

3. застосовується для динаміки реальної заробітної плати у країні;
4. роль техніки та науки у розвитку економіки та враховує кількість зайнятого персоналу на НДДКР, кількість патентів та наукових публікацій у розрахунку на мільйон мешканців держави;
5. рівень грамотності, кількість людей, що мають середню освіту та кількість людей з вищою освітою (у відсотках від усього населення країни).

## 12. НАЦІОНАЛЬНЕ БАГАТСТВО - ЦЕ:

1. сукупність вироблених суспільством протягом певного періоду матеріальних благ;
2. сукупність нематеріальних благ суспільства, вироблених та накопичених ним протягом усього його історичного розвитку;
3. сукупність вироблених і нагромаджених суспільством матеріальних та духовних благ, набутих протягом усього його існування, а також природний потенціал країни;
4. сукупність матеріальних та нематеріальних благ, вироблених як резидентами, так і нерезидентами країни за певний фінансовий період;
5. грошові цінності у вигляді грошових знаків, цінних паперів, усі людські здібності, досягнення у науці та техніці, культурі і спорті, у мистецтві, а також нагромаджений виробничий досвід суспільства (виражається у загальнолюдському знанні).

## 13. ПЕРЕВИРОБНИЦТВО ТОВАРІВ, СКОРОЧЕННЯ ОБСЯГІВ ВИРОБНИЦТВА, ЗБІЛЬШЕННЯ КІЛЬКОСТІ БАНКРУТСТВ, ЗРОСТАННЯ БЕЗРОБІТТЯ, ПАДІННЯ ПОПИТУ, ПОТРЯСІННЯ КРЕДИТНОЇ СИСТЕМИ – ЦЕ ФАЗА..

1. пік;
2. криза;
3. депресія;
4. поживлення;
5. піднесення.

## 14. РІВЕНЬ ДОХОДІВ У СЕРЕДНЬОМУ НА ЧЛЕНА РОДИНИ, НИЖЧЕ ВІД ЯКОГО НЕМОЖЛИВЕ ЗАДОВОЛЕННЯ ОСНОВНИХ ПОТРЕБ – ЦЕ..

1. масштаб бідності;
2. межа бідності;
3. рівень бідності;
4. глибина бідності;
5. мінімальний споживчий бюджет.

## 15. СУМА ЗАЙНЯТОГО НАСЕЛЕННЯ ТА БЕЗРОБІТНИХ - ЦЕ:

1. чисельність трудових ресурсів;
2. чисельність працездатного населення;
3. чисельність економічно активного населення;
4. чисельність економічно неактивного населення;
5. чисельність працездатного населення в робочому віці.

16. СПІВВІДНОШЕННЯ МІЖ КІЛЬКІСТЮ БЕЗРОБІТНИХ ТА РОБОЧОЮ СИЛОЮ ПОМНОЖЕНЕ НА 100% ВИЗНАЧАЄ РІВЕНЬ..

1. зайнятого населення;
2. чисельності населення;
3. економічно-активного населення;
4. економічно неактивного населення;
5. безробітного населення.

17. БЕЗРОБІТТЯ, ЗУМОВЛЕНЕ ПРИРОДНИМ ПРОЦЕСОМ ЖИТТЯ, ЯКИЙ ПОВ'ЯЗАНИЙ З ПОШУКАМИ АБО ОЧІКУВАННЯМИ РОБОТИ ВІДПОВІДНОГО КВАЛІФІКАЦІЙНОГО РІВНЯ ТА УМОВ ПРАЦІ - ЦЕ..

1. сезонне безробіття;
2. структурне безробіття;
3. фрикційне безробіття;
4. циклічне безробіття;
5. приховане безробіття.

18. ВИД БЕЗРОБІТТЯ ПОВ'ЯЗАНЕ З КОЛИВАННЯМ ДІЛОВОЇ АКТИВНОСТІ - ЦЕ ...

1. природний рівень безробіття;
2. структурне безробіття;
3. фрикційне безробіття;
4. циклічне безробіття;
5. приховане безробіття.

19. НАБІР ПРОДОВОЛЬЧИХ І НЕПРОДОВОЛЬЧИХ ТОВАРІВ І ПОСЛУГ У НАТУРАЛЬНОМУ ТА ВАРТІСНОМУ ВИРАЗІ, ЩО ЗАБЕЗПЕЧУЄ ЗАДОВОЛЕННЯ ОСНОВНИХ ФІЗІОЛОГІЧНИХ І СОЦІАЛЬНО-КУЛЬТУРНИХ ПОТРЕБ ЛЮДИНИ ЦЕ:

1. межа малозабезпеченості;
2. межа бідності;
3. мінімальний споживчий бюджет;
4. прожитковий мінімум;
5. немає правильної відповіді.

20. ВСТАНОВЛЕННЯ ПЛАНІВ ТА ПРІОРИТЕТІВ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ДЕРЖАВИ РЕАЛІЗУЄТЬСЯ ЧЕРЕЗ:

1. цільову функцію;
2. функцію нормотворення;
3. соціальну функцію;
4. регулюючу функцію;
5. функцію прогнозування.

21. ЗДІЙСНЕННЯ ДЕРЖАВОЮ КОНТРОЛЮ ТА ВПЛИВУ НА ПРОЦЕСИ СОЦІАЛЬНОГО РОЗВИТКУ ЧЕРЕЗ ВСТАНОВЛЕННЯ МІНІМАЛЬНОГО ПРОЖИТКОВОГО МІНІМУМУ, ПЕНСІЙ, ЗАРОБІТНОЇ ПЛАТИ – ЦЕ:

1. цільова функція держави;
2. регулююча функція;
3. функція нормотворення;
4. соціальна функція держави;
5. функція прогнозування.

22. ЕКОНОМІЧНИЙ ПОТЕНЦІАЛ - ЦЕ:

1. маса вироблених у країні протягом року предметів споживання та наданих населенню послуг;
2. величина накопичених в країні матеріальних і нематеріальних цінностей, створених для виробництва і споживання;
3. здатність суспільства виробляти товари і послуги та забезпечувати розширене відтворення з метою задоволення потреб населення, поліпшення якості життя її громадян;
4. величина накопичених в країні матеріальних і нематеріальних цінностей, створених для виробництва і споживання;
5. сукупна вартість товарів та послуг, які вироблені галуззю, групою виробників або економікою в цілому.

23. ПРИРОДНІ УМОВИ - ЦЕ:

1. все те, що людина використовує для забезпечення свого існування;
2. тіла й сили природи, які мають істотне значення для життя і діяльності суспільства, але не беруть безпосередньої участі у виробничій і невиробничій діяльності людей;
3. величина накопичених в країні матеріальних і нематеріальних цінностей, створених для виробництва і споживання;
4. компоненти природи, які людина залучає у процес виробництва як предмет або засіб праці;
5. поняття, що визначається кількістю, якістю та сполученням природних ресурсів території.

24. ЗАГАЛЬНА ДИНАМІКА НАСЕЛЕННЯ - ЦЕ:

1. різниця між кількістю народжених та тих, хто помер у певний період часу;
2. різниця між кількістю тих, хто прибув до країни, та тих, хто вибув з неї в певний період часу;
3. сума народжених та тих, хто прибув за певний період часу;
4. сума кількості померлих та тих, хто вибув з країни за певний період часу;
5. сума показників загального збільшення і зменшення, або природного приросту, та сальдо міграції населення країни.

25. СПРОМОЖНІСТЬ ГАЛУЗЕЙ ГОСПОДАРСТВА КРАЇНИ ВИРОБЛЯТИ ТОВАРИ ТА ПОСЛУГИ ДЛЯ НАСЕЛЕННЯ ТА ВИРОБНИЦТВА НАЗИВАЮТЬ:

1. виробничим потенціалом;
2. природно-ресурсним потенціалом;
3. інвестиційним потенціалом;
4. науково-технічним потенціалом;
5. експортним потенціалом.

26. У СПОЖИВАННІ ПАЛИВНО-ЕНЕРГЕТИЧНИХ РЕСУРСІВ В УКРАЇНІ ДОМІНУЮЧА РОЛЬ НАЛЕЖИТЬ:

1. вугіллю;
2. природному газу;
3. нафті;
4. торфу;
5. іншим паливно-енергетичним ресурсам.

27. ВИЗНАЧАЛЬНУ РОЛЬ ПРИ РОЗМІЩЕННІ КОНКРЕТНИХ МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ ВІДІГРАЮТЬ ТАКІ ЧИННИКИ:

1. сировинний фактор, споживчий фактор, фактор трудових ресурсів та наукоємності;
2. енергетичний і споживчий фактор;
3. експортно-імпортний потенціал країни;
4. екологічний фактор і фактор трудових ресурсів;
5. близькість до родовищ залізної руди і водних ресурсів.

28. БІЛЬШІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ ХІМІЧНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ ЗНАХОДЯТЬСЯ В ТАКИХ ЕКОНОМІЧНИХ РАЙОНАХ:

1. Придніпров'ї, Столичному і Північно-Східному;
2. Донецькому, Причорноморському, Центральному;
3. Прикарпатті, Придніпров'ї і Донецькому економічному районі;
4. рівномірно розміщена по всіх економічних районах України;
5. Донецькому і Придніпровському економічному районі.

29. ВСІ ГАЛУЗІ, ЩО ВХОДЯТЬ ДО СКЛАДУ АПК ОБ'ЄДНУЮТЬ В ТАКІ СФЕРИ, АБО ГРУПИ:

1. рослинництво та тваринництво;
2. рослинництво, тваринництво та переробні галузі АПК;
3. фондоутворюючі галузі, сільське господарство та переробні галузі;
4. переробні галузі та виробнича інфраструктура;
5. фондоутворюючі галузі, сільське господарство, переробні галузі, виробнича інфраструктура.

30. В СТРУКТУРІ ПОСІВІВ В УКРАЇНІ ПРОВІДНЕ МІСЦЕ ЗАЙМАЮТЬ:

1. зернові культури;
2. технічні культури;
3. овочеві культури;
4. баштанні культури;



5. Україна характеризується рівномірним розподілом посівних площ між різними культурами.

31. ЕКОНОМІЧНЕ ЗРОСТАННЯ НАЗИВАЮТЬ ВІД'ЄМНИМ, ЯКЩО В РОЗРАХУНКОВОМУ ПЕРІОДІ ОБСЯГ ВВП:

1. зростає;
2. спадає;
3. сповільнюється;
4. прискорюється;
5. залишається незмінним.

32. ДО ФАКТОРІВ ПРОПОЗИЦІЇ ЕКОНОМІЧНОГО ЗРОСТАННЯ НАЛЕЖИТЬ:

1. обсяг зовнішніх інвестицій;
2. рівень сукупних видатків споживачів;
3. кількість і якість трудових ресурсів;
4. пропозиція на грошовому ринку;
5. суспільний процес відтворення.

33. ГРАФІЧНОЮ ІЛЮСТРАЦІЄЮ ЕКОНОМІЧНОГО ЗРОСТАННЯ Є:

1. переміщення кривої виробничих можливостей вліво;
2. переміщення кривої виробничих можливостей вправо;
3. переміщення точки на кривій виробничих можливостей;
4. переміщення точки на кривій виробничих можливостей вгору;
5. переміщення точки на кривій виробничих можливостей вниз.

34. СЕРЕД ЧИННИКІВ, ЯКІ НЕГАТИВНО ВПЛИВАЮТЬ НА ЕКОНОМІЧНЕ ЗРОСТАННЯ, ВИДІЛЯЮТЬ:

1. корупцію, хабарництво, криміналізацію економіки;
2. порушення трудової дисципліни та недобросовісне ставлення до праці;
3. втрати робочого часу під час страйків, трудових конфліктів;
4. техногенні та природні катаклізми, несприятливі погодні умови;
5. всі вище перелічені чинники.

35. ДО СПРИЯТЛИВИХ ЧИННИКІВ ЕКОНОМІЧНОГО ЗРОСТАННЯ НАЛЕЖАТЬ:

1. простої;
2. стабільність політичної системи;
3. значні капіталовкладення в навколишнє середовище;
4. збільшення чисельності населення;
5. зростання ресурсомісткості виробництва.

36. ДЛЯ ОЦІНКИ РІВНЯ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ВИКОРИСТОВУЮТЬ ТАКІ ПОКАЗНИКИ:

1. валовий внутрішній продукт на душу населення;

2. показники ефективності функціонування економіки, що обчислюються на базі ВВП;
3. показники виробництва основних видів продукції на душу населення;
4. рівень та якість життя населення;
5. всі вище перелічені показники.

37. ДЕРЖАВНА ПРОГРАМА ЕКОНОМІЧНОГО Й СОЦІАЛЬНОГО РОЗВИТКУ МОЖЕ СКЛАДАТИСЯ:

1. на довгострокову перспективу;
2. на середньострокову перспективу;
3. на наступний рік;
4. для розвитку регіонів;
5. всі попередні відповіді вірні.

38. СИСТЕМА ВЗАЄМОПОВ'ЯЗАНИХ І УЗГОДЖЕНИХ ЗАХОДІВ, ПЛАН ДІЙ, СПРЯМОВАНІ НА ДОСЯГНЕННЯ ЄДИНОЇ МЕТИ, РОЗВ'ЯЗАННЯ ОДНІЄЇ ПРОБЛЕМИ, ЦЕ:

1. цільова програма;
2. економічна програма;
3. цільова комплексна програма;
4. цільова комплексна науково-технічна програма;
5. програма економічного і соціального розвитку національної економіки.

39. НАУКОВЕ, ОБҐРУНТОВАНЕ СИСТЕМОЮ ВСТАНОВЛЕНИХ ПРИЧИННО-НАСЛІДКОВИХ ЗВ'ЯЗКІВ І ЗАКОНОМІРНОСТЕЙ ВИЯВЛЕННЯ СТАНУ ТА ВИРОГІДНИХ ШЛЯХІВ РОЗВИТКУ ЯВИЩ І ПРОЦЕСІВ - ЦЕ:

1. програма;
2. програмування;
3. цільова комплексна програма;
4. прогноз;
5. прогнозування.

40. ЗА ЗМІСТОМ КОМПЛЕКСНІ ЦІЛЬОВІ ПРОГРАМИ ПОДІЛЯЮТЬСЯ НА:

1. соціально-економічні програми;
2. виробничі та регіональні програми;
3. науково-технічні програми;
4. екологічні та інституційні програми;
5. всі вищепераховані.

41. ПРОГНОЗИ МОЖНА КЛАСИФІКУВАТИ ЗА:

1. ступенем контролю та масштабом;
2. функціональною ознакою та часом;
3. об'єктом та кількістю об'єктів;
4. залежно від варіанту прогнозу та від того, прогноз заданий одним числом чи інтервалом;

5. за всіма перерахованими ознаками.

42. ДО ПРИНЦИПІВ ПРОГНОЗУВАННЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ ВІДНОСИТЬСЯ:

1. принцип наукової обґрунтованості та адекватності;
2. принцип багатоваріантності (альтернативності);
3. принцип цілеспрямованості;
4. принцип ефективності (рентабельності);
5. усі перераховані принципи.

43. ДО ГОЛОВНИХ ФУНКЦІЙ ПРОГНОЗУВАННЯ МОЖНА ВІДНЕСТИ ТАКІ:

1. науковий аналіз економічних, соціальних, науково-технічних процесів і тенденцій національної економіки
2. оцінка об'єкта прогнозування на основі вибраних альтернатив;
3. підготовка рекомендацій для прийняття адекватних управлінських рішень;
4. оцінка можливих наслідків прийнятих рішень;
5. всі перераховані функції.

44. ЕКОНОМІКО-МАТЕМАТИЧНІ МОДЕЛІ МОЖУТЬ КЛАСИФІКУВАТИСЯ ЗА:

1. характером і змістом;
2. очікуваним результатом;
3. рівнем агрегування показників;
4. аспектами розвитку національної економіки;
5. всіма перерахованими ознаками.

45. ДО КОЛЕКТИВНИХ ІНТУЇТИВНИХ МЕТОДІВ ПРОГНОЗУВАННЯ НЕ НАЛЕЖИТЬ:

1. метод «комісій»;
2. «Мозкова атака»;
3. Матричний;
4. Метод «Дельфі»;
5. «Дерево цілей».

46. ОСОБЛИВОСТІ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ ЗА ЧАСІВ КОЗАЧЧИНИ:

1. національної економіки не існувало;
2. основним джерелом прибутків були податки і торгівля;
3. економіка існувала за рахунок субсидій сусідніх держав;
4. основним джерелом доходів було проведення військових операцій на території інших держав;
5. наявність різних верств населення.

47. ОСОБЛИВІСТЮ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ ХІХ СТОЛІТТЯ Є:

1. формування товарно-грошових відносин, торгівля та промислове виробництво;
2. національної економіки не існувало;
3. дрібне сільськогосподарське виробництво;
4. приватна власність;
5. формування олігархічного капіталу.

48. ВИДІЛЯЮТЬ ШЛЯХИ ІНТЕГРАЦІЇ ДЕРЖАВИ ДО СВІТОВОГО ГОСПОДАРСТВА:

1. еволюційний та прискорений;
2. залучення та інтеграції;
3. приєднання добровільне та примусове;
4. територіальне об'єднання;
5. державний протекціонізм.

49. ВИДІЛЯЮТЬ ТАКІ ОСНОВНІ МЕХАНІЗМИ ІНТЕГРАЦІЇ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ ДО СВІТОВОГО ГОСПОДАРСТВА:

1. територіальний та функціональний;
2. еволюційний та революційний;
3. організаційний та функціональний;
4. політичний та економічний;
5. економічний та демографічний.

50. ОСНОВНОЮ ФОРМОЮ ВХОДЖЕННЯ УКРАЇНИ В СИСТЕМУ СВІТОВОГО ГОСПОДАРСТВА БУЛО ОБРАНО:

1. альянс;
2. асоціацію;
3. торговельні угоди;
4. вільні економічні зони;
5. союз.

## 7. ТЕСТОВІ ЗАВДАННЯ З ДИСЦИПЛІНИ «ОРГАНІЗАЦІЯ ВИРОБНИЦТВА»

1. З НАВЕДЕНИХ ДАНИХ ВИБЕРІТЬ ТІ, ЩО НЕ СТОСУЮТЬСЯ НАУКОВИХ ПІДХОДІВ ДО ОРГАНІЗАЦІЇ ВИРОБНИЦТВА:

1. маркетинговий;
2. фінансовий;
3. комплексний;
4. ситуаційний;
5. відтворювальний.

2. ЩО З НАВЕДЕНОГО БУЛО ПРЕДМЕТОМ ДОСЛІДЖЕННЯ ГЕНРІ ФОРТА І ЧАРЛЬЗА СОРЕНСОНА:

1. стандартизація деталей;
2. графіки для планування та обліку виробництва;
3. розрахунок виробничого циклу;
4. підвищення продуктивності праці;
5. потокове виробництво.

3. ЩО З НАВЕДЕНОГО ВІДНОСЯТЬ ДО ОЗНАК ПОДІЛУ ПІДПРИЄМСТВ НА МАЛІ, СЕРЕДНІ ТА ВЕЛИКІ:

1. кількістю переробленої сировини та обсяг виготовленої продукції;
2. чисельність працюючих та обсяг валового доходу від реалізації продукції за рік;
3. чисельність працюючих та витратами часу на виробництво продукції;
4. вартість основних виробничих фондів та чисельність працюючих;
5. усі відповіді невірні.

4. ЗА ЕКОНОМІЧНИМ ПРИЗНАЧЕННЯМ ГОТОВОЇ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА ПОДІЛЯЮТЬ НА:

1. масові, серійні, одиничні;
2. державні, приватні, комунальні;
3. ті що виробляють засоби виробництва і ті, що виробляють предмети споживання;
4. видобувні та оброблювальні;
5. всі відповіді не вірні.

5. ВЧЕНИЙ, КОТРИЙ ВПЕРШЕ В ІСТОРІЇ ВИРОБНИЦТВА РЕАЛІЗУВАВ ПРИНЦИП ВЗАЄМОЗАМІННОСТІ ДЕТАЛЕЙ (1800Р.), ЯКИЙ ОТРИМАВ РОЗВИТОК НА ВИРОБНИЦТВІ НА ОСНОВІ СТАНДАРТИЗАЦІЇ І КОНТРОЛЮ ЯКОСТІ:

1. Ч.Бєбїдж;
2. Е. Уїтні;
3. У. Тейлор;
4. Г. Форд;

5. Ф. Гілберт.

6. ВПЕРШЕ СФОРМУЛЮВАВ ПРИНЦИПИ ОРГАНІЗАЦІЇ ВИРОБНИЦТВА І РОЗРОБИВ НА ЇХ ОСНОВІ СИСТЕМУ:

1. У.Тейлор;
2. К. Адамецький;
3. А. Сміт;
4. Е. Уїтні;
5. Ч. Соренсон.

7. НАУКОВИЙ ПІДХІД, ПРИ ЗАСТОСУВАННІ ЯКОГО ПОВИННІ ВРАХОВУВАТИСЬ ТЕХНІЧНІ, ЕКОЛОГІЧНІ, ЕКОНОМІЧНІ, ОРГАНІЗАЦІЙНІ, СОЦІАЛЬНІ, ПСИХОЛОГІЧНІ, А ПРИ НЕОБХІДНОСТІ Й ІНШІ АСПЕКТИ ОРГАНІЗАЦІЇ ТА ЇХ ВЗАЄМОЗВ'ЯЗКИ НАЗИВАЄТЬСЯ:

1. системний;
2. ситуаційний;
3. комплексний;
4. нормативний;
5. відтворювальний.

8. ПРОЦЕС ПРОЕКТУВАННЯ СИСТЕМ СКЛАДАЄТЬСЯ З ТАКИХ ЕТАПІВ:

1. дослідження та отримання інформації;
2. моделювання, випробовування і коректування моделі;
3. дослідження, отримання інформації, моделювання, випробовування і коректування моделі;
4. дослідження, моделювання, випробовування і коректування моделі;
5. дослідження, випробовування і коректування моделі.

9. ВИРОБНИЧИМ СИСТЕМАМ ПРИТАМАННІ ТАКІ ПРИНЦИПИ:

1. планування аналіз, контроль;
2. відкритість, результативність, довговічність;
3. пропорційність, паралельність, спеціалізація;
4. ритмічність, цілеспрямованість, безперервність;
5. всі відповіді вірні.

10. ДЛЯ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ ХАРАКТЕРНІ ТАКІ РИСИ:

1. виробничо-технічна єдність, організаційно-адміністративна єдність, господарська самостійність;
2. виробничо-технічна єдність, організаційно-адміністративна єдність;
3. виробничо-організаційна єдність, адміністративна єдність, господарська самостійність;
4. господарська самостійність;
5. виробничо-технічна єдність, господарська самостійність.

11. ВИРОБНИЧА СИСТЕМА ЦЕ:

1. особливий клас систем, діяльність яких направлена на виготовлення продукції та надання послуг;
2. певна цілісність зумовленої сукупності взаємозалежних частин, кожна з яких внаслідок функціональної взаємодії здійснює свій внесок в характеристику цілого;
3. складна динамічна система, елементи якої взаємодіють між собою і створюють корисний ефект, завдяки якому беруть участь у функціонуванні інших систем;
4. система, яка характеризується взаємодією із зовнішнім середовищем;
5. немає правильної відповіді.

12. ПРИНЦИП, ПРИТАМАННИЙ ВИРОБНИЧИМ СИСТЕМАМ, ЩО ПРОЯВЛЯЄТЬСЯ В ТІСНІЙ ВЗАЄМОДІЇ ПІДПРИЄМСТВА З ЗОВНІШНІМ СЕРЕДОВИЩЕМ ХАРАКТЕРИЗУЄТЬСЯ:

1. складністю;
2. гнучкістю;
3. відкритістю;
4. поліструктурністю;
5. результативністю.

13. ЦІЛІ ПІДПРИЄМСТВА ВИЗНАЧАЮТЬСЯ:

1. інтересами власників;
2. розмірами капіталу;
3. внутрішньою ситуацією підприємства;
4. зовнішнім середовищем;
5. всі відповіді вірні.

14. В ЗАЛЕЖНОСТІ ВІД ОРГАНІЗАЦІЙНИХ ФОРМ І ФОРМ ВЛАСНОСТІ, ПІДПРИЄМСТВА ПОДІЛЯЮТЬСЯ НА:

1. приватні, колективні, комунальні та державні;
2. приватні, колективні, державні;
3. приватні, акціонерні, державні;
4. приватні та державні;
5. консорціуми концерни, виробничі об'єднання асоціації.

15. ТИМЧАСОВЕ ОБ'ЄДНАННЯ ПІДПРИЄМСТВ, ОРГАНІЗАЦІЙ-УЧАСНИКІВ, ЩО УКЛАЛИ ДОГОВІР ПРО ВИРОБНИЧО-ЗБУТОВУ КООПЕРАЦІЮ ЧИ ПРО ІНШЕ ОБ'ЄДНАННЯ РЕСУРСІВ З МЕТОЮ СТВОРЕННЯ ТА ФІНАНСУВАННЯ ЄДИНОГО ВЕЛИКОГО ГОСПОДАРСЬКОГО ОБ'ЄКТУ:

1. асоціація;
2. холдинг;
3. консорціум;
4. концерн;
5. виробниче об'єднання.

#### 16. ОРГАНІЗУВАТИ ВИРОБНИЧИЙ ПРОЦЕС - ЦЕ:

1. означає зробити його здатними виготовляти ту чи іншу продукцію;
2. означає успішно побудувати і регулювати роботу виробничих процесів і виробничих підрозділів;
3. означає так розмістити в просторі і часі виконання необхідних операцій, щоб забезпечити виготовлення запланованої продукції в заданому обсязі і в заданий час;
4. означає скоротити різноманітність робіт і операцій, а також режимів обробки і інших елементів виробничого процесу;
5. всі відповіді не вірні.

#### 17. ОРГАНІЗУВАТИ ВИРОБНИЧИЙ ПІДРОЗДІЛ – ЦЕ:

1. означає зробити його здатними виготовляти ту чи іншу продукцію;
2. означає успішно побудувати і регулювати роботу виробничих процесів і виробничих підрозділів;
3. означає так розмістити в просторі і часі виконання необхідних операцій, щоб забезпечити виготовлення запланованої продукції в заданому обсязі і в заданий час;
4. означає скоротити різноманітність робіт і операцій, а також режимів обробки і інших елементів виробничого процесу;
5. всі відповіді не вірні.

#### 18. ОСНОВНИЙ ВИРОБНИЧИЙ ПРОЦЕС -ЦЕ:

1. операції з постачання сировини і матеріалів;
2. операції пов'язані з реалізацією продукції;
3. виконання ремонтних робіт;
4. процес перетворення сировини і матеріалів у готову продукцію;
5. процес управління виробничою діяльністю підприємства.

#### 19. СПЕЦІАЛІЗАЦІЯ ВИРОБНИЦТВА ПЕРЕДБАЧАЄ:

1. інтеграцію виробничих процесів;
2. диференціацію виробничих процесів;
3. послідовний рух предметів праці у виробничому процесі;
4. об'єднання виконання окремих виробничих операцій;
5. ідентифікацію виробничих процесів.

#### 20. СЕРІЙНЕ ВИРОБНИЦТВО ХАРАКТЕРИЗУЄТЬСЯ:

1. широкою номенклатурою;
2. випуском виробів партіями;
3. одиничним випуском;
4. необмеженою номенклатурою;
5. всі відповіді вірні.

#### 21. ЗАЛЕЖНО ВІД ПРИЗНАЧЕННЯ ВИРОБНИЧИЙ ПРОЦЕС ПОДІЛЯЄТЬСЯ НА:



1. автоматичний;
2. технологічний;
3. складальний;
4. оброблювальний;
5. основний.

22. ТРАНСПОРТНІ І СКЛАДСЬКІ ОПЕРАЦІЇ НА ПРОМИСЛОВОМУ ПІДПРИЄМСТВІ НАЛЕЖАТЬ ДО:

1. основного процесу;
2. допоміжного процесу;
3. обслуговуючого процесу;
4. заготівельного процесу;
5. складального процесу.

23. ДО ЦЕХІВ ОСНОВНОГО ВИРОБНИЦТВА НА МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ НАЛЕЖАТЬ:

1. транспортний;
2. механічний;
3. енергетичний;
4. складський;
5. ремонтний.

24. ОДИНИЧНЕ ВИРОБНИЦТВО ХАРАКТЕРИЗУЄТЬСЯ НОМЕНКЛАТУРОЮ, ЯКА:

1. стабільна;
2. постійно повторюється;
3. повторюється дуже рідко;
4. всі відповіді правильні;
5. всі відповіді не правильні.

25. ВИРОБНИЧИЙ ПРОЦЕС – ЦЕ...

1. сукупність дій щодо зміни та визначення стану предмета праці;
2. процес, який здійснюється під дією сил природи;
3. сукупність взаємопов'язаних дій людей, засобів та предметів праці, сил природи, направлених на виробництво продукції;
4. сукупність організованих в певній послідовності природних процесів, необхідних для виготовлення продукції;
5. процес, який здійснюється в результаті дій людей.

26. ЗА РІВНЕМ БЕЗПЕРЕВНОСТІ ВИРОБНИЦТВА ПОТОКОВІ ЛІНІЇ КЛАСИФІКУЮТЬ НА:

1. безперевнопоотокові, перевнопоотокові;
2. робочі, розподільні;
3. однопредметні, багатопредметні;
4. прямопоточні, перевнопоотокові;

5. регламентовані, з вільним ритмом.

27. ФУНКЦІОНУВАННЯ ВИРОБНИЧОГО ПРОЦЕСУ МОЖЛИВЕ ПРИ НАЯВНОСТІ:

1. тільки основних виробничих фондів;
2. тільки робочої сили;
3. тільки наявності оборотних коштів;
4. при наявності предметів праці, засобів праці та робочої сили;
5. тільки при наявності адміністрації.

28. ПРИНЦИП ПРОПОРЦІЙНОСТІ ВИРОБНИЦТВА ПЕРЕДБАЧАЄ:

1. нерівномірне завантаження обладнання;
2. однакову потужність окремих цехів і дільниць підприємства;
3. наявність "вузьких" місць у виробництві;
4. низький рівень механізації виробництва;
5. автоматизацію виробництва.

29. ОДИНИЧНЕ ВИРОБНИЦТВО МАЄ ТАКІ РИСИ:

1. стійку номенклатуру виробів;
2. обмежений асортимент продукції;
3. не стійку і різноманітну номенклатуру продукції;
4. обов'язкове закріплення окремих операцій за робочими місцями;
5. незначну трудомісткість продукції.

30. СЕРІЙНЕ ВИРОБНИЦТВО:

1. має велику тривалість виробничих процесів;
2. характерною рисою для нього є нестабільність;
3. дозволяє застосовувати спеціальне обладнання;
4. використовує предметний принцип розміщення обладнання;
5. випуск продукції здійснюється партіями.

31. МАСОВЕ ВИРОБНИЦТВО МАЄ ТАКІ РИСИ:

1. випуск продукції партіями;
2. значна питома вага ручних робіт;
3. виготовлення стандартної продукції у великих обсягах;
4. не обмежена номенклатура виробів;
5. не високий рівень механізації і автоматизації виробничих процесів.

32. ДО ОСНОВНИХ ПОКАЗНИКІВ, ЩО ВИЗНАЧАЮТЬ ТИП ВИРОБНИЦТВА НАЛЕЖАТЬ:

1. рівень спеціалізації, який тісно пов'язаний з масштабами виробництва та рівень кваліфікації робітників підприємства;
2. кількість деталей операцій закріплених за одним робочим місцем (коефіцієнт спеціалізації), завантаженість робочого місця;

3. розміщення обладнання, оснастка;
4. характер управління виробництвом та величина і структура собівартості;
5. всі відповіді правильні.

33. ПРИНЦИП СПЕЦІАЛІЗАЦІЇ ВИРОБНИЧОГО ПРОЦЕСУ – ЦЕ:

1. одночасне виконання операцій і елементів виробничого процесу стосовно різних частин партії виробів;
2. скорочення тривалості робіт і операцій;
3. скорочення різноманітності робіт і операцій, а також режимів обробки і інших елементів виробничого процесу;
4. здатність виробничого процесу пристосовуватися до потреб споживачів і впроваджувати нові технології, нові методи організації праці і виробництва;
5. забезпечення найкоротшого шляху проходження виробом всіх операцій і стадій виробничого процесу.

34. РИТМ ПОТОКОВОЇ ЛІНІЇ ВІДРІЗНЯЄТЬСЯ ВІД ТАКТУ НА ВЕЛИЧИНУ:

1. розрахункового числа робочих місць;
2. обсягу партії виробів;
3. передавальної (транспортної) партії виробів;
4. темпу потокової лінії;
5. чисельності робітників.

35. АВТОМАТИЧНІ ПРОЦЕСИ – ЦЕ ПРОЦЕСИ, ЯКІ:

1. виконуються робітником за допомогою машин;
2. виконуються безпосередньо робітником;
3. виконуються машинами під наглядом робітника;
4. виконуються машиною без участі робітника за попередньо розробленою програмою;
5. виконуються робітником і машинами.

36. ЗА ХАРАКТЕРОМ ВЗАЄМОЗВ'ЯЗКУ ОСНОВНИХ МАТЕРІАЛІВ І ГОТОВОЇ ПРОДУКЦІЇ ВИРОБНИЧІ ПРОЦЕСИ ПОДІЛЯЮТЬ НА :

1. аналітичні, синтетичні, прямі;
2. відкриті, апаратурні;
3. масові, серійні, одиничні;
4. при безпосередній участі людини, без участі людини;
5. ручні, комплексно і частково механізовані, комплексно і частково автоматизовані.

37. ЗА ТИПОМ ОБЛАДНАННЯ ВИРОБНИЧІ ПРОЦЕСИ ПОДІЛЯЮТЬ:

1. аналітичні, синтетичні, прямі;
2. відкриті, апаратурні;
3. масові, серійні, одиничні;
4. при безпосередній участі людини, без участі людини;

5. ручні, комплексно і частково механізовані, комплексно і частково автоматизовані.

38. ЗА РІВНЕМ МЕХАНІЗАЦІЇ ВИРОБНИЧІ ПРОЦЕСИ ПОДІЛЯЮТЬ:

1. аналітичні, синтетичні, прямі;
2. відкриті, апаратурні;
3. масові, серійні, одиничні;
4. при безпосередній участі людини, без участі людини;
5. ручні, комплексно і частково механізовані, комплексно і частково автоматизовані.

39. ЗА МАСШТАБАМИ ВИПУСКУ ОДНОРІДНОЇ ПРОДУКЦІЇ ВИРОБНИЧІ ПРОЦЕСИ ПОДІЛЯЮТЬ:

1. аналітичні, синтетичні, прямі;
2. відкриті, апаратурні;
3. масові, серійні, одиничні;
4. при безпосередній участі людини, без участі людини;
5. ручні, комплексно і частково механізовані, комплексно і частково автоматизовані.

40. ВІДНОШЕННЯМ ТРИВАЛОСТІ ВИРОБНИЧОГО ЦИКЛУ ПРИ ПАРАЛЕЛЬНОМУ ВИДІ РУХУ ДО ФАКТИЧНОЇ ЙОГО ТРИВАЛОСТІ ВИЗНАЧАЮТЬ:

1. коефіцієнт спеціалізації;
2. коефіцієнт паралельності;
3. коефіцієнт прямоточності;
4. коефіцієнт безперервності;
5. коефіцієнт ритмічності.

41. ВИКОНАННЯ ОДНАКОВИХ ОБСЯГІВ РОБОТИ ПО КІЛЬКОСТІ І СКЛАДУ ЗА ОДИНАКОВІ ПРОМІЖКИ ЧАСУ ЦЕ:

1. ритмічність виробництва;
2. ритмічність випуску;
3. ритмічність запуску;
4. ритмічність роботи;
5. такт потокової лінії.

42. ПРИНЦИП ГНУЧКОСТІ ВИРОБНИЧОГО ПРОЦЕСУ – ЦЕ:

1. одночасне виконання операцій і елементів виробничого процесу стосовно різних частин партії виробів;
2. скорочення тривалості робіт і операцій;
3. скорочення різноманітності робіт і операцій, а також режимів обробки і інших елементів виробничого процесу;
4. здатність виробничого процесу пристосовуватися до потреб споживачів і впроваджувати нові технології, нові методи організації праці і виробництва;

5. забезпечення найкоротшого шляху проходження виробом всіх операцій і стадій виробничого процесу.

#### 43. ПРИНЦИП ПРЯМОТОЧНОСТІ ВИРОБНИЧОГО ПРОЦЕСУ – ЦЕ:

1. одночасне виконання операцій і елементів виробничого процесу стосовно різних частин партії виробів;
2. скорочення тривалості робіт і операцій;
3. скорочення різноманітності робіт і операцій, а також режимів обробки і інших елементів виробничого процесу;
4. здатність виробничого процесу пристосовуватися до потреб споживачів і впроваджувати нові технології, нові методи організації праці і виробництва;
5. забезпечення найкоротшого шляху проходження виробом всіх операцій і стадій виробничого процесу.

#### 44. ПРИНЦИП ПАРАЛЕЛЬНОСТІ ВИРОБНИЧОГО ПРОЦЕСУ – ЦЕ:

1. одночасне виконання операцій і елементів виробничого процесу стосовно різних частин партії виробів;
2. скорочення тривалості робіт і операцій;
3. скорочення різноманітності робіт і операцій, а також режимів обробки і інших елементів виробничого процесу;
4. здатність виробничого процесу пристосовуватися до потреб споживачів і впроваджувати нові технології, нові методи організації праці і виробництва;
5. забезпечення найкоротшого шляху проходження виробом всіх операцій і стадій виробничого процесу.

#### 45. ДЛЯ КІЛЬКІСНОЇ ХАРАКТЕРИСТИКИ ЯКОГО ПРИНЦИПУ ОРГАНІЗАЦІЇ ВИРОБНИЧОГО ПРОЦЕСУ ВИКОРИСТОВУЮТЬ ДВА ПОКАЗНИКИ:

1. безперевності;
2. ритмічності;
3. пропорційності;
4. спеціалізації;
5. гнучкості.

#### 46. ДЕЯКА КІЛЬКІСТЬ ОДНАКОВИХ ВИРОБІВ, ЩО ЗАПУСКАЄТЬСЯ У ВИРОБНИЦТВО ОДНОЧАСНО АБО ПОСЛІДОВНО ЦЕ:

1. такт потокової лінії;
2. серія (партія виробів);
3. ритм;
4. номенклатура;
5. асортимент.

#### 47. ТРИВАЛІСТЬ ВИРОБНИЧОГО ЦИКЛУ СКЛАДАЄТЬСЯ:

1. з часу на виконання технологічних операцій;
2. з часу контрольних операцій;
3. з часу роботи і часу перерв у виробничому циклі.

4. усі відповіді вірні;
5. усі відповіді невірні.

48. ВИДИ РУХУ ПРЕДМЕТІВ ПРАЦІ У ПРОЦЕСІ ВИРОБНИЦТВА ПОДІЛЯЮТЬ НА:

1. послідовний, паралельний, ритмічний;
2. послідовний, пропорційний, послідовно-паралельний;
3. послідовний, пропорційний, паралельний, послідовно-паралельний;
4. послідовний, паралельний, послідовно-паралельний;
5. послідовний, паралельний, послідовно-пропорційний.

49. ДЛЯ ВИЗНАЧЕННЯ КІЛЬКОСТІ РОБОЧИХ МІСЦІ ПОТОКОВОЇ ЛІНІЇ НЕОБХІДНІ ТАКІ ПОКАЗНИКИ:

1. змінність роботи потокової лінії та кількість робітників;
2. трудомісткість операцій та такт потокової лінії;
3. дійсний фонд часу роботи лінії та обсяг випуску продукції;
4. програма випуску виробів на лінії та кількість операцій;
5. всі відповіді правильні.

50. ТАКТ ПОТОКОВОЇ ЛІНІЇ ОБЧИСЛЮЄТЬСЯ В ОДИНИЦЯХ:

1. об'єму;
2. часу;
3. довжини;
4. швидкості;
5. площі.

## **8. ТЕСТОВІ ЗАВДАННЯ З ДИСЦИПЛІНИ «ПОТЕНЦІАЛ І РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВА»**

### **1. ОСОБЛИВІСТЮ ПОРІВНЯЛЬНОГО ПІДХОДУ Є:**

1. орієнтація на ретроінформацію та досягнуті результати фінансово-господарчої діяльності;
2. орієнтація на перспективи розвитку підприємства;
3. орієнтація на потік майбутніх доходів;
4. орієнтація на витрати необхідні для відтворення аналогічного підприємства;
5. орієнтація на майбутні надходження.

### **2. ЯКИЙ ПРИНЦИП ЛЕЖИТЬ В ОСНОВІ ДОХІДНОГО ПІДХОДУ:**

1. ієрархії;
2. очікування;
3. заміщення;
4. конкуренції;
5. системності.

### **3. ЯКИЙ З МЕТОДІВ НЕ НАЛЕЖИТЬ ДО ГРУПИ ВИТРАТНИХ МЕТОДИК ОЦІНКИ ВАРТОСТІ МАШИН ТА ОБЛАДНАННЯ?**

1. метод розрахунку за ціною однорідного об'єкта;
2. метод рівновеликого аналога;
3. метод поелементного розрахунку;
4. метод розрахунку за укрупненими нормативами;
5. метод розрахунку за прискороною амортизацією.

### **4. ЯКИЙ З ПЕРЕЛІЧЕНИХ НИЖЧЕ МЕТОДІВ ОЦІНКИ ВАРТОСТІ БІЗНЕСУ ВИКОРИСТОВУЄТЬСЯ ВІДПОВІДНО ДО ВИТРАТНОГО ПІДХОДУ?**

1. метод ліквідаційної вартості;
2. метод прямої капіталізації доходів;
3. метод дисконтування грошового потоку;
4. метод мультиплікаторів;
5. метод рівневого аналога.

### **5. ВАРТІСТЬ ГУДВІЛУ РОЗРАХОВУЮТЬ:**

1. множенням середньогалузевої прибутковості на власний капітал на величину власного капіталу;
2. множенням середньогалузевої прибутковості на величину активів;
3. з нормалізованого прибутку віднімають очікуваний прибуток;
4. розподілом надлишкового прибутку на коефіцієнт капіталізації;
5. множенням прибутку підприємства на власний капітал та величину активів.

### **6. ЯКИЙ З ПЕРЕЛІЧЕНИХ НИЖЧЕ МЕТОДІВ ОЦІНКИ ВАРТОСТІ БІЗНЕСУ ВИКОРИСТОВУЄТЬСЯ В РАМКАХ ПОРІВНЯЛЬНОГО ПІДХОДУ?**

1. метод чистих активів;

2. метод вартості заміщення;
3. метод економічного прибутку;
4. метод аналогового продажу чи ринку капіталу;
5. метод максимального прибутку.

7. ЯКА ФУНКЦІЯ ГРОШОВОЇ ОДИНИЦІ ПОКАЗУЄ МАЙБУТНЮ ВАРТІСТЬ СЕРІЇ РЕГУЛЯРНИХ ОДНАКОВИХ ПЛАТЕЖІВ ЗА ПЕВНИЙ ПЕРІОД ПРИ ВСТАНОВЛЕНІЙ ПРОЦЕНТНІЙ СТАВЦІ?

1. коефіцієнт відшкодування капіталу;
2. поточна вартість грошової одиниці;
3. коефіцієнт амортизації грошової одиниці;
4. нагромадження грошової одиниці за період;
5. термін окупності.

8. ЯКИЙ З ПІДХОДІВ ДО ОЦІНКИ ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА ПОТРЕБУЄ ОКРЕМОЇ ОЦІНКИ ВАРТОСТІ ЗЕМЛІ?

1. ринковий;
2. витратний;
3. дохідний;
4. усі перелічені;
5. немає правильної відповіді.

9. МЕТОД НАДЛИШКОВИХ ПРИБУТКІВ БАЗУЄТЬСЯ НА:

1. припущенні, що надлишкові прибутки підприємство отримує за рахунок невідображених у балансі нематеріальних активів;
2. припущенні, що приріст вартості компанії порівняно з вартістю капіталу, трудових і земельних ресурсів, залучених до господарського обігу, формується за рахунок нематеріальних активів;
3. залежності вартості від часу;
4. визначенні різниці між грошовими потоками, отриманими від використання нематеріального активу, та грошовими потоками без його використання;
5. залежності вартості від інвестиційних ресурсів.

10. ЧИСТИЙ ПРИБУТОК ПІДПРИЄМСТВА - ОБ'ЄКТА ОЦІНКИ ЗА ОСТАННІЙ ЗВІТНИЙ ПЕРІОД СТАНОВИТЬ 15 ТИС. ДОЛ. ЦІНА ПРОДАЖУ АНАЛОГІЧНОГО ОБ'ЄКТА – 200 ТИС. ДОЛ., А ЙОГО ЧИСТИЙ ПРИБУТОК ЗА АНАЛОГІЧНИЙ ПЕРІОД СКЛАЛА – 20 ТИС. ДОЛ. ОТЖЕ ВАРТІСТЬ ОБ'ЄКТА ОЦІНКИ СКЛАДЕ:

1. 200 тис. дол.;
2. 250 тис. дол.;
3. 150 тис. дол.;
4. 100 тис. дол.;
5. 120 тис. дол.



11. ПРОБЛЕМА ТЕРИТОРІАЛЬНОГО РОЗТАШУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВА ВИРІШУЄТЬСЯ НА ОСНОВІ ВРАХУВАННЯ ...

1. витрат на поставку сировини;
2. специфіки збутового процесу;
3. витрат на рекламу готової продукції;
4. витрат на маркетингові дослідження;
5. витрат на оформлення замовлення.

12. КОМПЛЕКСНА ПОРІВНЯЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА, ЯКА ВІДОБРАЖАЄ СТУПІНЬ ПЕРЕВАГИ СУКУПНОСТІ ПОКАЗНИКІВ ОЦІНКИ МОЖЛИВОСТЕЙ ПІДПРИЄМСТВА, ЩО ВИЗНАЧАЮТЬ ЙОГО УСПІХ НА ПЕВНОМУ РИНКУ ЗА ПЕВНИЙ ПРОМІЖОК ЧАСУ ПО ВІДНОШЕННЮ ДО СУКУПНОСТІ АНАЛОГІЧНИХ ПОКАЗНИКІВ ПІДПРИЄМСТВ-КОНКУРЕНТІВ, — ЦЕ ...

1. синергічність потенціалу підприємства;
2. адаптивність потенціалу підприємства;
3. конкурентоспроможність потенціалу підприємства;
4. ефективність потенціалу підприємства;
5. стійкість потенціалу підприємства.

13. ЩО З НИЖЧЕНАВЕДЕНОГО ВІДПОВІДАЄ ВИЗНАЧЕННЮ РИНКОВОЇ ВАРТОСТІ?

1. різниця між виручкою від продажу окремих активів підприємства та витратами на ліквідацію;
2. найбільш ймовірна ціна при здійсненні угоди між типовим покупцем та продавцем;
3. вартість, яка враховує індивідуальні потреби конкретного інвестора;
4. вартість, яка розрахована для підприємства, котре перебуває в стані банкрутства;
5. вартість, яка визначена на основі співставлення.

14. ЗАЛЕЖНО ВІД МОЖЛИВОСТІ РОЗРОБКИ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ ЩОДО ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА ІСНУЮТЬ МЕТОДИ:

1. графічні, математичні та логістичні;
2. індикаторні та матричні;
3. критеріальні та експертні;
4. одномоментні та стратегічні;
5. аналітичні та логічні.

15. ЯКИЙ ПРИНЦИП ОЦІНКИ БАЗУЄТЬСЯ НА ВИСЛОВІ: «ЧИМ БІЛЬШІ МОЖЛИВОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ЩОДО ЗАДОВОЛЕННЯ ПОТРЕБ ВЛАСНИКА, ТИМ ВИЩА ЙОГО ВАРТІСТЬ?»

1. корисності;
2. очікування;
3. заміщення;

4. вкладу;
5. заощадження.

16. ЗА СТУПЕНЕМ РЕАЛІЗАЦІЇ РОЗРІЗНЯЮТЬ ПОТЕНЦІАЛ:

1. зовнішній і внутрішній;
2. виробничий і фондовий;
3. ринковий і неринковий;
4. досягнутий і перспективний;
5. зовнішній та внутрішній.

17. ЕКОНОМІЯ ЗА РАХУНОК ОПТИМАЛЬНОГО ФОРМУВАННЯ ПОТЕНЦІАЛУ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ — ЦЕ ...

1. виробнича синергія;
2. управлінська синергія;
3. операційна синергія;
4. фінансова синергія;
5. організаційна синергія.

18. ЩО З НИЖЧЕНАВЕДЕНОГО ВІДПОВІДАЄ ВИЗНАЧЕННЮ ЛІКВІДАЦІЙНОЇ ВАРТОСТІ?

1. різниця між виручкою від продажу окремих активів підприємства та витратами на ліквідацію;
2. вартість, розрахована по конкретному факту;
3. вартість, яка враховує індивідуальні потреби конкретного інвестора;
4. вартість, яка розрахована для підприємства, котре перебуває в стані банкрутства;
5. вартість, яка враховує ступінь зносу.

19. ЗАЛЕЖНО ВІД НАПРЯМКУ ФОРМУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНОЇ БАЗИ ОЦІНКИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА ІСНУЮТЬ МЕТОДИ:

1. графічні, математичні та логістичні;
2. індикаторні та матричні;
3. критеріальні та експертні;
4. одномоментні та стратегічні;
5. аналітичні та логічні.

20. ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПОТРЕБИ В МАТЕРІАЛЬНИХ РЕСУРСАХ ВИКЛЮЧНО ЗА РАХУНОК ПОЗИКОВИХ КОШТІВ МОЖНА РОЗГЛЯДАТИ ЯК:

1. силу підприємства;
2. слабкість підприємства;
3. зовнішню можливість;
4. зовнішню загрозу;
5. внутрішню можливість.

21. ХАРАКТЕР ВИРОБНИЧИХ ПРИМІЩЕНЬ ПІДПРИЄМСТВА ВИЗНАЧАЮТЬ ЙОГО:

1. технічний потенціал;
2. технологічний потенціал;
3. просторовий потенціал;
4. фінансовий потенціал;
5. маркетинговий потенціал.

22. ПРО ЯКУ ВЛАСТИВІСТЬ ЕКОНОМІЧНОЇ СИСТЕМИ ГОВОРИТЬ ТВЕРДЖЕННЯ — «СИСТЕМА СКЛАДАЄТЬСЯ ІЗ ПЕВНОЇ КІЛЬКОСТІ ЧАСТИН»?

1. компонентність;
2. унікальність;
3. складність;
4. граничність;
5. ієрархічність.

23. ДО ФАКТОРІВ, ЩО ХАРАКТЕРИЗУЮТЬ СИЛЬНІ Й СЛАБКІ СТОРОНИ ПІДПРИЄМСТВА НЕ ВІДНОСЯТЬСЯ:

1. репутація (імідж) підприємства;
2. компетентність персоналу;
3. законодавча й нормативна база;
4. висока частка ринку;
5. обсяг виробництва.

24. ЯКИЙ ЗАКОН КОНСТАТУЄ, ЩО ДЛЯ БУДЬ-ЯКОЇ СИСТЕМИ (ПІДПРИЄМСТВА, ОРГАНІЗАЦІЇ, ФІРМИ) ІСНУЄ ТАКИЙ НАБІР ЕЛЕМЕНТІВ, ПРИ ЯКОМУ ЇЇ ПОТЕНЦІАЛ ЗАВЖДИ БУДЕ АБО ЗНАЧНО БІЛЬШЕ ПРОСТОЇ СУМИ ПОТЕНЦІАЛІВ ЕЛЕМЕНТІВ, ЩО ДО НЕЇ ВХОДЯТЬ, АБО СУТТЄВО МЕНШИМ?

1. закон розподілу;
2. закон оптимального співвідношення;
3. закон синергії;
4. закон обмеженості ресурсів;
5. закон вартості грошей.

29. ЗАЛЕЖНО ВІД СПОСОБУ ВІДОБРАЖЕННЯ КІНЦЕВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ ОЦІНКИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА ІСНУЮТЬ МЕТОДИ:

1. графічні, математичні та логістичні;
2. індикаторні та матричні;
3. критеріальні та експертні;
4. одномоментні та стратегічні;
5. імпиричні та динамічні.

30. SWOT - АНАЛІЗ ПІДПРИЄМСТВА НАЦІЛЕНИЙ НА:

1. розробку заходів для найбільшого задоволення потреб покупців;
2. розробку стратегій і методів управління, що дозволяють привести у відповідність можливості підприємства і його цілі;
3. на визначення привабливості ринку взагалі на загал й виявлення позиції підприємства на ньому;
4. на виявлення сил і слабостей, погроз і можливостей з метою розвитку сил відповідно до обмежених можливостей;
5. на визначення загального рівня конкурентоспроможності підприємства.

31. ПРО ЯКУ ВЛАСТИВІСТЬ ЕКОНОМІЧНОЇ СИСТЕМИ ГОВОРИТЬ ТВЕРДЖЕННЯ — «СИСТЕМА МАЄ МОЖЛИВІСТЬ ПРОТИДІЯТИ РУЙНУЮЧИМ ТЕНДЕНЦІЯМ»?

1. мультиплікативність;
2. адаптивність;
3. протиентропійність;
4. граничність;
5. стохастичність.

32. ДО СУБ'ЄКТНИХ СКЛАДОВИХ ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА ВІДНОСЯТЬ:

1. фінансовий потенціал;
2. технічний потенціал;
3. маркетинговий потенціал;
4. просторовий потенціал;
5. внутрішній потенціал.

33. ЯКИЙ З НИЖЧЕПЕРЕЛІЧЕНИХ КОМПОНЕНТІВ НЕ НАЛЕЖИТЬ ДО ЗОВНІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА ПІДПРИЄМСТВА:

1. стан економіки;
2. ринок робочої сили;
3. маркетинг;
4. постачальники;
5. партнери.

34. ІДЕАЛІСТИЧНА ГРАФІЧНА МОДЕЛЬ ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА МАЄ ФОРМУ ...

1. квадрата;
2. сфери;
3. ромба;
4. кола;
5. трикутника.

35. РІВЕНЬ І РЕЗУЛЬТАТИ РЕАЛІЗАЦІЇ ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА ВИЗНАЧАЮТЬСЯ:

1. реальними виробничими можливостями підприємства;
2. наявними ресурсами і резервами;
3. навичками різних категорій персоналу;
4. формою підприємництва і адекватною до неї організаційною структурою підприємства;
5. фінансовою стійкістю та платоспроможністю.

36. ДО ЕЛЕМЕНТІВ ЗОВНІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА ПІДПРИЄМСТВА ВІДНОСЯТЬ:

1. виробництво;
2. фінанси;
3. конкурентів;
4. кадри;
5. інформацію.

37.ЩО Є ГОЛОВНОЮ ЦІЛЮ СТРАТЕГІЧНОГО АНАЛІЗУ ВНУТРІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА ОРГАНІЗАЦІЇ:

1. інформація про можливості, яку треба враховувати при формулюванні місії організації;
2. інформація про погрози, яку треба враховувати при розробці продуктово-маркетингової стратегії організації;
3. інформація про погрози й можливостях, яку треба враховувати при прийнятті всіх ключових стратегічних розв'язків;
4. інформація про сильні й слабкі сторони організації, яку треба враховувати при прийнятті всіх ключових стратегічних рішень;
5. інформація про фінансовий стан підприємства.

38.СЕРЕДНІЙ ПОТЕНЦІАЛ МАЄ ПІДПРИЄМСТВО, З ДОВЖИНОЮ ВЕКТОРІВ УТВОРЮЮЧИХ ЙОГО КВАДРАТ, У МЕЖАХ - ...

1. 20-80 одиниць;
2. 40-60 одиниць;
3. 30-70 одиниць;
4. 40-70 одиниць;
5. 40-90 одиниць.

39.ПЕРЕКЛАД ТЕРМІНУ «ПОТЕНЦІАЛ» З ЛАТИНСЬКОЇ МОВИ ОЗНАЧАЄ:

1. резерви;
2. наявні можливості;
3. приховані можливості;
4. запаси;
5. вміння.

40.ЗДАТНІСТЬ ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА ЗАБЕЗПЕЧУВАТИ СТІЙКІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА ДО ВПЛИВУ ЗОВНІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА ВИЗНАЧАЄТЬСЯ ЙОГО:

1. розміром;
2. структурою;
3. ієрархічністю;
4. адаптивністю;
5. інтеграцією.

41. МІРОЮ ТОГО, СКІЛЬКИ ПОТЕНЦІЙНИЙ ПОКУПЕЦЬ БУДЕ ГОТОВИЙ ЗАПЛАТИТИ ЗА ОЦІНЮВАНУ ВАРТІСТЬ, Є:

1. ціна;
2. вартість;
3. витрати;
4. собівартість;
5. націнка.

42. ЯКИЙ ВЕКТОР, ЩО УТВОРЮЄ КВАДРАТ ПОТЕНЦІАЛУ ПО ОДНОЙМЕННОМУ ГРАФОАНАЛІТИЧНОМУ МЕТОДУ, Є РЕЗУЛЬТАТИВНИМ І ХАРАКТЕРИЗУЄ УСПІШНІСТЬ ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВА?

1. виробництво, розподіл і збут продукції;
2. маркетинг;
3. організаційна структура й менеджмент;
4. фінанси;
5. постачання.

43. PEST - АНАЛІЗ ВИКОРИСТОВУЄТЬСЯ ПРИ ДОСЛІДЖЕННІ:

1. зовнішнього середовища;
2. внутрішнього середовища;
3. зовнішнього й внутрішнього середовища;
4. жоден з варіантів не вірний;
5. макросередовища.

44. ПОТЕНЦІАЛ ПІДПРИЄМСТВА - ЦЕ:

1. сукупність ресурсів підприємства, що забезпечують досягнення певних результатів;
2. здатність управління забезпечувати досягнення цілей діяльності підприємства за рахунок використання матеріальних ресурсів;
3. можливості підприємства щодо досягнення поставлених цілей при найбільш ефективному використанні його ресурсів;
4. сукупність ресурсів які створюють певний ефект для зацікавлених сторін;
5. ефективність діяльності підприємства.

45. ХАРАКТЕР ВИРОБНИЧИХ ПРИМІЩЕНЬ ПІДПРИЄМСТВА ВИЗНАЧАЄ ЙОГО:

1. технічний потенціал;
2. технологічний потенціал;

3. просторовий потенціал;
4. фінансовий потенціал;
5. технологічний потенціал.

46.ДО ОБ'ЄКТНИХ СКЛАДОВИХ ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА ВІДНОСЯТЬ:

1. виробничий потенціал;
2. науково-технічний потенціал;
3. управлінський потенціал;
4. маркетинговий потенціал;
5. фінансовий потенціал.

47.РЕЗУЛЬТАТОМ ФОРМУВАННЯ МАРКЕТИНГОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА ВИСТУПАЄ:

1. потенційний обсяг чистого прибутку підприємства;
2. потенційний обсяг продажів;
3. потенційний обсяг випускається продукції;
4. обсяг фінансових ресурсів авансованих в інвестиційну, фінансову й господарську діяльність підприємства;
5. потенційний обсяг нових сегментів ринку.

48.ЯКІ З ПЕРЕЛІЧЕНИХ МЕТОДІВ Є ГРАФОАНАЛІТИЧНИМИ?

1. індексний метод;
2. метод зваженого показника;
3. «квадрат потенціалу»;
4. PEST — аналіз;
5. SWOT – аналіз.

49.ВАРТІСТЬ БІЗНЕСУ (ПІДПРИЄМСТВА) ДЛЯ КОНКРЕТНОГО ІНВЕСТОРА, ЗАСНОВАНА НА ЙОГО ПЛАНАХ, НАЗИВАЄТЬСЯ:

1. вартістю діючого підприємства;
2. обґрунтованою ринковою вартістю;
3. балансовою вартістю;
4. інвестиційною вартістю;
5. попередньою вартістю.

50.КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА ЗАЛЕЖИТЬ ВІД ...

1. рівня конкурентоспроможності його складових елементів;
2. галузі, до якої належить підприємство;
3. масштабів діяльності підприємства;
4. місцезнаходження підприємства;
5. конкурентоспроможності потенціалу конкурентів.

## 9. ТЕСТОВІ ЗАВДАННЯ З ДИСЦИПЛІНИ «ПРОЕКТНИЙ АНАЛІЗ»

### 1. ПРОЕКТНИЙ АНАЛІЗ — ЦЕ:

1. показник, що характеризує його ефективність і показує здатність працівників випускати певну кількість продукції;
2. методологія, яка застосовується для визначення, порівняння та обґрунтування альтернативних управлінських рішень і проектів;
3. процес обґрунтування, затвердження та перегляду цін і тарифів, визначення їх рівня, співвідношення та структури;
4. формування бізнес-плану організації;
5. аналіз технічної складової проекту.

### 2. ОСНОВНИМИ СКЛАДОВИМИ ПРОЕКТНОГО АНАЛІЗУ НЕ Є:

1. концепція проекту;
2. критерії відбору й оцінки проектів;
3. критерії репрофілювання підприємств;
4. фази та стадії життєвого циклу проекту;
5. аналіз беззбитковості проекту.

### 3. КОНЦЕПЦІЯ ПРОЕКТНОГО АНАЛІЗУ — ЦЕ:

1. склад, кількісне співвідношення і розміри внутрішніх і зовнішніх підрозділів;
2. об'єкти промислової власності;
3. набір методичних принципів, які визначають послідовність збору та способів аналізу даних;
4. передача права власності на використання нематеріальних ресурсів;
5. структура капіталу проекту.

### 4. ЩО НЕ ВХОДИТЬ ДО УПРАВЛІННЯ ПРОЕКТОМ:

1. розробка проекту;
2. ліцензія проекту;
3. експертиза проекту;
4. здійснення проекту;
5. формулювання проекту.

### 5. ЩО НЕ НАЛЕЖИТЬ ДО ПРИНЦИПІВ ПРОЕКТНОГО АНАЛІЗУ:

1. принцип альтернативності;
2. принцип ціноутворення;
3. принцип обумовленості;
4. визначення строку початку і завершення проекту;
5. принцип маржинальності.



6. ЧІТКЕ РОЗМЕЖУВАННЯ ВИГІД І ВИТРАТ, ЗУМОВЛЕНИХ РІШЕННЯМИ ПРО РЕАЛІЗАЦІЮ ПРОЕКТУ ЧИ ВІДМОВУ ВІД НЬОГО, ПЕРЕДБАЧАЄ ПРИНЦИП:

1. альтернативності;
2. визначення строку початку і завершення проекту;
3. обумовленості;
4. маржинальності;
5. визначення строку початку і завершення проекту.

7. ГОЛОВНИМИ ЗАВДАННЯМИ ПРОЕКТНОГО АНАЛІЗУ Є:

1. встановлення цінності проекту, тобто співвідношення його позитивних результатів і негативних наслідків;
2. визначення соціально-економічних результатів здійснення проекту;
3. визначення грошових потоків, які будуть задіяні в процесі реалізації проекту;
4. оцінка впливу проекту на екологію;
5. розрахунок рівня соціальної відповідальності проекту.

8. МЕТОДОЛОГІЯ ПРОЕКТНОГО АНАЛІЗУ ҐРУНТУЄТЬСЯ НА ДОДЕРЖАННІ ТАКИХ ПРИНЦИПІВ:

1. невизначеності, генерування грошових потоків;
2. альтернативності, обумовленості, маржинальності, порівняння ситуації "з проектом" та "без проекту";
3. обумовленості, відповідальності і маржинальності;
4. безперервності, пропорційності і ритмічності;
5. консолідації, послідовності, взаємозалежності.

9. АСПЕКТАМИ ПРОЕКТНОГО АНАЛІЗУ МОЖУТЬ БУТИ:

1. технологічний;
2. інституційний;
3. фінансовий;
4. економічний;
5. усі відповіді правильні.

10. ПРОЕКТ — ЦЕ:

1. план довгострокових фінансових вкладень;
2. бізнес-план;
3. програма дій щодо використання фінансових ресурсів;
4. завдання з певними вихідними даними й плановими результатами;
5. комплекс взаємопов'язаних заходів, розроблених для досягнення певних цілей протягом заданого часу за встановлених ресурсних обмежень.

11. ДО ДОДАТКОВИХ ОЗНАК ПРОЕКТУ НАЛЕЖАТЬ:

1. зміна стану для досягнення мети проекту;
2. обмеженість у часі;

3. ресурсні обмеження;
4. складність;
5. неповторність.

12. ЗА КЛАСОМ ПРОЕКТИ ПОДІЛЯЮТЬСЯ НА:

1. коротко-, середньо-, довгострокові;
2. технічні, організаційні;
3. прості та складні;
4. моно-, мульти-, мегапроекти;
5. інвестиційний, інноваційний, освітній.

13. ЗА ТИПОМ ПРОЕКТИ БУВАЮТЬ:

1. прості, складні;
2. малі, середні;
3. моно-, мульти-, мегапроекти;
4. технічні, організаційні, економічні, соціальні, змішані;
5. короткострокові, довгострокові.

14. ЗА ВИДОМ РОЗРІЗНЯЮТЬ ПРОЕКТИ:

1. інвестиційні, інноваційні, освітні, комбіновані;
2. технічні, організаційні, економічні, соціальні, змішані;
3. малі, середні;
4. прості, складні;
5. короткострокові, довгострокові.

15. ЗА ТРИВАЛІСТЮ ПРОЕКТИ ПОДІЛЯЮТЬСЯ НА:

1. прості, складні;
2. малі, середні;
3. технічні, організаційні, економічні, соціальні, зміг
4. коротко-, середньо-, довгострокові;
5. інвестиційні, інноваційні, освітні, комбіновані.

16. ЗА МАСШТАБОМ ПРОЕКТИ ПОДІЛЯЮТЬСЯ НА:

1. прості, складні;
2. моно-, мульти-, мегапроекти;
3. коротко-, середньо-, довгострокові;
4. дрібні, середні, великі, дуже великі;
5. інвестиційні, інноваційні, освітні, комбіновані.

17. ДО ЗОВНІШНІХ ФАКТОРІВ СЕРЕДОВИЩА НЕ НАЛЕЖАТЬ:

1. політичні;
2. економічні;
3. соціальні;
4. виробничі;
5. правові.

18. ДО КУЛЬТУРОЛОГІЧНИХ ФАКТОРІВ НЕ НАЛЕЖАТЬ:

1. рівень освіченості;
2. комунальні служби;
3. відпочинок;
4. історія;
5. релігія.

19. ДО ІНФРАСТРУКТУРНИХ ФАКТОРІВ НЕ НАЛЕЖАТЬ:

1. енергозабезпечення;
2. сировина та послуги;
3. інформаційні технології та комп'ютеризація;
4. обслуговуючі системи;
5. рівень заробітної плати.

20. ДО СОЦІАЛЬНИХ ФАКТОРІВ НЕ НАЛЕЖАТЬ:

1. умови та рівень життя;
2. рівень освіти;
3. умови відпочинку;
4. рівень цін;
5. рівень заробітної плати.

21. ДО ФАКТОРІВ ВНУТРІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА НЕ НАЛЕЖАТЬ:

1. економічні вимоги;
2. соціальні умови;
3. науково-технічні фактори;
4. організація проекту;
5. методи та засоби комунікації.

22. ДО СОЦІАЛЬНИХ УМОВ НЕ НАЛЕЖАТЬ:

1. дитячі садки;
2. медобслуговування;
3. розподіл прав;
4. страхування;
5. соціальне забезпечення.

23. ДО УЧАСНИКІВ ПРОЕКТУ НЕ НАЛЕЖАТЬ:

1. ліцензори;
2. постачальники;
3. дилери;
4. замовники;
5. ініціатори.

24. ЯКІ З ЕКОНОМІЧНИХ УМОВ РЕАЛІЗАЦІЇ НЕ НАЛЕЖАТЬ ДО ВНУТРІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА ПРОЕКТУ:

1. ціни на ресурси, які використовуються у проекті;
2. бюджет проекту;
3. величина податків та акцизних зборів;
4. умови праці та техніки безпеки виробництва;
5. оплата праці.

25. ДО МУЛЬТИПРОЕКТІВ МОЖНА ВІДНЕСТИ:

1. модернізацію діючого виробництва;
2. розвиток вільних економічних зон;
3. створення дослідно-промислової установки;
4. створення нової організації (фірми);
5. запуск нової лінії.

26. ДО ОСНОВНИХ ОЗНАК ПРОЕКТУ НЕ НАЛЕЖАТЬ:

1. цільова спрямованість;
2. кількісна визначеність;
3. часовий горизонт дії;
4. економічна взаємозалежність;
5. наявність життєвого циклу.

27. ЦИКЛ ПРОЕКТУ — ЦЕ ЧАС:

1. від ідентифікації до завершення впровадження проекту;
2. від ідентифікації до початку впровадження проекту;
3. від задуму проекту до його закінчення;
4. від початку підготовки проекту до завершення його впровадження;
5. впровадження проекту.

28. ДО ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ФАЗИ ПРОЕКТУ НЕ НАЛЕЖАТЬ СТАДІЇ:

1. інженерно-технічного проектування;
2. проведення тендерів;
3. виробничого маркетингу;
4. будівництва;
5. здачі в експлуатацію.

29. НА СТАДІЇ ІДЕНТИФІКАЦІЇ:

1. визначаються інвестиційні можливості на рівні сектора економіки або підприємства;
2. визначають цілі та завдання проекту;
3. готується необхідна інформація для прийняття рішення про інвестування проекту;
4. розробляються функціональна схема і фізичний план промислового підприємства;
5. оцінюється екологічний вплив проекту.

30. ЗДАЧА ПРОЕКТУ В ЕКСПЛУАТАЦІЮ НЕ ОХОПЛЮЄ ТАКІ ВИДИ РОБІТ:

1. будівельне планування;
2. прийняття проекту;
3. перед експлуатаційні перевірки;
4. пробні запуски;
5. експлуатаційні випробування.

### 31. НА СТАДІЇ РОЗРОБКИ ТА ЕКСПЕРТИЗИ:

1. визначаються інвестиційні можливості на рівні сектора економіки або підприємства;
2. визначають цілі та завдання проекту;
3. готується необхідна інформація для прийняття рішення про інвестування проекту;
4. розробляються функціональна схема і фізичний план промислового підприємства;
5. оцінюється екологічний вплив проекту.

### 32. ДО ЕКСПЛУАТАЦІЙНОЇ ФАЗИ НЕ ВХОДИТЬ СТАДІЯ:

1. заключна оцінка проекту;
2. заміни та оновлення;
3. виробничого маркетингу;
4. виробничої експлуатації;
5. розширення та інновацій.

### 33. ІНВЕСТИЦІЙНА ФАЗА НЕ ПЕРЕДБАЧАЄ ТАКІ СТАДІЇ:

1. придбання та передача технології;
2. встановлення обладнання;
3. виробничого маркетингу;
4. набір і навчання персоналу;
5. проектування технологічних ліній.

### 34. НА СТАДІЇ ДЕТАЛЬНОГО ПРОЕКТУВАННЯ:

1. визначаються інвестиційні можливості на рівні сектора економіки або підприємства;
2. визначають цілі та завдання проекту;
3. готується необхідна інформація для прийняття рішення про інвестування проекту;
4. розробляються функціональна схема і фізичний план промислового підприємства;
5. здійснюється економічна експертиза.

### 35. ЯВНІ ВИГОДИ — ЦЕ:

1. матеріальні вигоди, зумовлені зменшенням витрат або отриманням додаткових доходів;
2. побічні вигоди, які супроводжують проект;
3. втрачені вигоди від використання обмежених ресурсів;

4. різниця позитивних і негативних результатів проекту;
5. екологічні вигоди.

### 36. НЕЯВНІ ВИГОДИ — ЦЕ:

1. матеріальні вигоди, зумовлені збільшенням витрат або отриманням додаткових доходів;
2. неoderжані доходи від найкращого альтернативного використання активу;
3. втрачені вигоди від використання обмежених ресурсів;
4. побічні вигоди, які супроводжують проект і не можуть бути визначені безпосередньо;
5. екологічні вигоди.

### 37. РІШЕННЯ, ПРИЙНЯТТЯ ОДНОГО З ЯКИХ ВИКЛЮЧАЄ МОЖЛИВІСТЬ ПРИЙНЯТТЯ ІНШОГО, Є:

1. взаємовиключними;
2. заміщувальними;
3. умовними;
4. синергетичними;
5. достатніми.

### 38. РІШЕННЯ, ПРИЙНЯТТЯ ОДНОГО З ЯКИХ ЗБІЛЬШУЄ ЕФЕКТИВНІСТЬ ПРИЙНЯТТЯ ІНШОГО, Є:

1. взаємовиключними;
2. заміщувальними;
3. умовними;
4. синергетичними;
5. достатніми.

### 39. МАЙБУТНЯ ВАРТІСТЬ — ЦЕ:

1. сума доходів, яку планує отримати інвестор від реалізації проекту після того, як компенсує вкладені ним грошові кошти;
2. сума грошових коштів, яку може отримати власник проекту в майбутньому за умов його продажу;
3. сума інвестованих тепер коштів, на яку вони мають перетворитися через певний проміжок часу з урахуванням певної ставки процента;
4. величина грошового потоку, яку буде отримано за проектом після його реалізації при запланованих параметрах;
5. вартість основних засобів проекту через визначений проміжок часу.

### 40. КОМПАУНДУВАННЯ — ОПЕРАЦІЯ, ЗА ДОПОМОГОЮ ЯКОЇ ВИЗНАЧАЄТЬСЯ:

1. величина остаточної майбутньої вартості з урахуванням складних процентів;
2. теперішня вартість потоку готівки шляхом коригування майбутніх грошових надходжень із використанням коефіцієнта дисконтування;

3. величина грошового потоку, який буде отриманий у результаті реалізації проекту на будь-який момент часу;
4. величина необхідних інвестиційних ресурсів для реалізації проекту шляхом урахування рівня інфляції та банківського процента;
5. вартість основних засобів проекту через визначений проміжок часу.

#### 41. ТЕПЕРІШНЯ ВАРТІСТЬ ВІДОБРАЖАЄ:

1. суму грошових коштів, необхідних для реалізації проекту за умов отримання всіх параметрів його виконання;
2. суму грошових доходів, яка може бути отримана власником об'єкта (проекту) за умов його негайного продажу;
3. суму майбутніх грошових надходжень, наведених з урахуванням певної ставки процента відповідно до теперішнього періоду;
4. вартість реалізації окремого проекту з урахуванням минулих надходжень на момент проведення розрахунків;
5. вартість основних засобів проекту.

#### 42. АНУЇТЕТ — ЦЕ:

1. рівні платежі (надходження), які здійснюються у разі використання кредитних ресурсів;
2. рівні надходження інвестиційних ресурсів, необхідних для реалізації проекту;
3. вартість рівних надходжень, які здійснюються користувачами інвестиційних ресурсів з урахуванням темпів інфляції;
4. вартість рівних платежів (надходжень), які здійснюються через однакові проміжки часу впродовж певного періоду;
5. величина грошового потоку, яку буде отримано за проектом після його реалізації при запланованих параметрах.

#### 43. ПРОЦЕС, ЯКИЙ ХАРАКТЕРИЗУЄТЬСЯ ПІДВИЩЕННЯМ ЗАГАЛЬНОГО РІВНЯ ЦІН В ЕКОНОМІЦІ ПЕВНОЇ КРАЇНИ ТА ЗНИЖЕННЯМ КУПІВЕЛЬНОЇ СПРОМОЖНОСТІ ГРОШЕЙ, — ЦЕ:

1. девальвація;
2. інфляція;
3. криза;
4. дефляція;
5. ревальвація.

#### 44. РІЗНИЦЯ МІЖ ГРОШОВИМИ НАДХОДЖЕННЯМИ ТА ВИТРАТАМИ ПРОЕКТУ — ЦЕ:

1. грошовий потік;
2. позитивний грошовий потік;
3. негативний грошовий потік;
4. дисконтований грошовий потік;
5. ревальвація.

45.ФАКТИЧНІ ЧИСТІ ГРОШОВІ КОШТИ, ЩО НАДХОДЯТЬ У ФІРМУ ЧИ ВИТРАЧАЮТЬСЯ НЕЮ ПРОТЯГОМ ПЕВНОГО ПЕРІОДУ, — ЦЕ:

1. загальний грошовий потік;
2. операційний грошовий потік;
3. фінансовий грошовий потік;
4. чистий грошовий потік;
5. негативний грошовий потік.

46.НАДХОДЖЕННЯ ТА ВИТРАТИ ГРОШОВИХ КОШТІВ, ПОВ'ЯЗАНІ ЗІ ЗМІНАМИ ВЛАСНОГО ТА ПОЗИКОВОГО ДОВГОСТРОКОВОГО КАПІТАЛУ, — ЦЕ:

1. загальний грошовий потік;
2. операційний грошовий потік;
3. фінансовий грошовий потік;
4. чистий грошовий потік;
5. негативний грошовий потік.

47.ФАКТИЧНІ НАДХОДЖЕННЯ АБО ВИТРАТИ ГРОШОВИХ КОШТІВ У РЕЗУЛЬТАТІ ПОТОЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ФІРМИ — ЦЕ:

1. загальний грошовий потік;
2. операційний грошовий потік;
3. фінансовий грошовий потік;
4. чистий грошовий потік;
5. негативний грошовий потік.

48.ЗАГАЛЬНІ ЗМІНИ У ЗАЛИШКАХ ГРОШОВИХ КОШТІВ ФІРМИ ЗА ПЕВНИЙ ПЕРІОД ХАРАКТЕРИЗУЮТЬ:

1. загальний грошовий потік;
2. операційний грошовий потік;
3. фінансовий грошовий потік;
4. чистий грошовий потік.
5. негативний грошовий потік.

49.ЧИСТІ ГРОШОВІ ПОТОКИ ПРОТЯГОМ ТРИВАЛОГО ПЕРІОДУ НАЗИВАЮТЬ:

1. загальними грошовими потоками;
2. додатковими грошовими потоками;
3. кумулятивними грошовими потоками;
4. чистими грошовими потоками;
5. негативними грошовими потоками.

50.ЯКІ КРИТЕРІЇ НЕ ВХОДИТЬ ДО УМОВНИХ КРИТЕРІЇВ ВІДБОРУ ІНВЕСТИЦІЙНИХ ПРОЕКТІВ:

1. цільові;



2. зовнішні та екологічні;
3. критерії реципієнта, що здійснює проект;
4. критерії науково-технічної перспективності;
5. критерії інвесторів.

## 10. ЗАДАЧІ

### ЗАДАЧА 1.

Середньооблікова кількість працівників за звітний період склала 400 чоловік. На протязі року прийнято на роботу 30 чоловік, звільнено 45 чоловік, в тому числі за порушення трудової дисципліни 17 чоловік, за власним бажанням 15 чоловік. Визначити коефіцієнти прийому, вибуття та плинності кадрів.

### ЗАДАЧА 2.

У звітному році виготовлено продукції на суму 2210 млн. грн. У році, що планується, її випуск збільшиться на 5%. Кількість працюючих у звітному році склала 2500 осіб, планом передбачено скоротити її на 50 осіб. Визначити продуктивність праці на підприємстві у плановому періоді.

### ЗАДАЧА 3.

Визначити відрядну заробітну плату шліфувальника, якщо за нормою він повинен виготовити 40 деталей за годину, фактично виготовив 45 деталей. Годинна тарифна ставка шліфувальника IV розряду – 8 грн.

### ЗАДАЧА 4.

Розрахувати заробітну плату робітника за відрядно-преміальної системи оплати праці за такими даними: розцінка за виріб – 10,30 грн.; вироблено 185 виробів при нормі 180 виробів. Премія нараховується за виконання норм і рівна 10% від заробітку.

### ЗАДАЧА 5.

Визначте первісну і залишкову вартість основних засобів, якщо ціна придбання одиниці устаткування - 5 тис. грн.; транспортно-монтажні витрати – 1,0 тис. грн.; норма амортизації – 10% чи 0,1; період експлуатації – 7 років.

### ЗАДАЧА 6.

Визначте коефіцієнти придатності та зносу основних засобів за такими даними: первісна вартість основних засобів – 348 тис. грн.; нарахована за період експлуатації сума амортизації – 48 тис. грн.

### ЗАДАЧА 7.

Розрахуйте середньорічну вартість основних засобів та вартість основних засобів на кінець року за такими даними: вартість основних засобів на початок року – 493,3 тис. грн.; 01.03. введені нові основні засоби на суму 65,1 тис. грн.; 01.11. вибули через фізичний знос основні засоби на суму 51,0 тис. грн.; 01. 12. – на суму 34,8 тис. грн.

### ЗАДАЧА 8.

Розрахуйте коефіцієнт вводу та вибуття основних засобів за такими даними: вартість основних засобів на початок року – 493,3 тис. грн.; 01.03. введені нові

основні засоби на суму 65,1 тис. грн.; 01.11. вибули через фізичний знос основні засоби на суму 51,0 тис. грн.; 01. 12. – на суму 34,8 тис. грн.

#### ЗАДАЧА 9.

Підприємство випустило за рік товарної продукції на суму 2 млн. грн. за середньорічної вартості основних засобів 500 тис. грн. Визначте фондвіддачу та фондомісткість.

#### ЗАДАЧА 10.

Підприємство за середньорічної вартості основних засобів 800 тис. грн. випустило товарної продукції на 2400 тис. грн. Визначте фондвіддачу та фондомісткість.

#### ЗАДАЧА 11.

Визначте показники використання основних засобів: фондвіддачу, фондомісткість, фондоозброєність. Вихідні дані: річний випуск продукції – 8 млн. грн.; середньорічна вартість основних засобів – 400 тис. грн.; середньорічна кількість працівників – 2 тис. чоловік.

#### ЗАДАЧА 12.

У підприємстві середньорічна вартість основних засобів складала 9300 грн. Річний обсяг товарної продукції склав 20 700 грн. за середньорічної кількості 23 чоловік. Визначити фондвіддачу, фондомісткість і фондоозброєність підприємства.

#### ЗАДАЧА 13.

Запропоновані до впровадження три інвестиційних проекти. Визначити, який з них найбільш рентабельний. Вихідні дані для розрахунків:

Варіант	Інвестиції, тис. грн.	Дохід, тис. грн.
1	446,5	640,2
2	750,6	977,5
3	1250,0	1475,5

#### ЗАДАЧА 14.

Обчислити виконання плану за обсягом виробництва та асортименту продукції на основі даних таблиці:

Виріб	Випуск продукції, тис. грн.	
	план	факт
А	100	106
Б	84	162
В	305	210
Д	500	425

#### ЗАДАЧА 15.

У звітному році собівартість товарної продукції склала 450,2 тис. грн., витрати на 1 грн. товарної продукції – 0,89 грн. У плановому році витрати на 1

грн. товарної продукції встановлені в розмірі 0,85 грн. Обсяг виробництва продукції збільшиться на 8%. Визначте собівартість товарної продукції планового року.

#### ЗАДАЧА 16.

Підприємство виробляє продукцію одного найменування за ціною 230 грн. за одиницю. Питомі змінні витрати складають 180 грн., загальна сума постійних витрат 550 000 грн. Визначте точку беззбитковості у кількісному та вартісному виразі.

#### ЗАДАЧА 17.

Виробнича собівартість виробу – 65 грн. Витрати адміністративні за рік склали 64 тис. грн., витрати на збут – 12 тис. грн. Плановий прибуток підприємства – 13%; річний план продажу – 18 тис. шт. Визначити оптову та роздрібну ціну виробу з ПДВ, якщо надбавка гуртової організації складає 5%, надбавка і витрати торговельної організації – 3% гуртової ціни.

#### ЗАДАЧА 18.

Визначити собівартість продукції одиниці продукції та загальну собівартість продукції, якщо виготовлено 3145 шт. за такими даними:

№ з/п	Зміст операцій	Сума, грн.
1	Нарахування основної заробітної плати робітникам:	
	а) 2750 виробів за розцінкою 5,60 грн.	15400
	б) 395 виробів за розцінкою 14,25 грн.	5628,75
2	Нарахування доплати робітникам за роботу у вихідні дні – 40 % від основної заробітної плати	8411,50
3	Нарахування заробітної плати керівному персоналу	27300
4	Витрати матеріалів, напівфабрикатів і комплектуючих	9850
5	Оплата за використання води на технологічні цілі	240
6	Оплата за споживання електроенергії на виробництві	2560
7	Амортизація приміщень	
	а) виробництва	3400
	б) офісу	2500
8	Амортизація обладнання	
	а) виробництва	1250
	б) офісу	750
9	Придбання канцелярських товарів	
	а) для працівників виробництва	340
	б) для працівників офісу	275
10	Сплата за телефонні переговори в бухгалтерії	550
11	Витрати на охорону адміністративного приміщення	3100
12	Витрати на страхування готової продукції	1950

#### ЗАДАЧА 19.

Визначити чистий прибуток (збиток) підприємства за такими даними:

- Дохід (виручка) від реалізації продукції – 73544,1 тис. грн.
- Собівартість реалізованої продукції – 47012,3 тис. грн.

- Інші операційні доходи – 39987,8 тис. грн.
- Адміністративні витрати – 19400,0 тис. грн.
- Витрати на збут – 715,2 тис. грн.
- Інші операційні витрати – 1027,7 тис. грн.
- Інші доходи – 515,3 тис. грн.
- Фінансові витрати – 28,4 тис. грн.
- Інші витрати – 1523,3 тис. грн.

#### ЗАДАЧА 20.

Показник	План	Звіт
Випуск продукції, тис. грн.	11600	11000
Маш.-год., відпрацьовані устаткуванням, тис. маш.-год.	302	308

Визначити:

1. Коефіцієнт екстенсивного використання
2. Коефіцієнт інтенсивного використання
3. Коефіцієнт інтегрального використання

#### ЗАДАЧА 21.

Використовуючи дані наведеної таблиці, визначте двома методами ВВП і НД (валовий внутрішній продукт і національний дохід).

1. Експорт	2200	9. Трансфертні платежі	2300
2. Дивіденди	300	10. Відсотки на капітал	900
3. Амортизація	1000	11. Дохід від приватної власності	200
4. Заробітна плата	4500	12. Витрати споживачів	6500
5. Державні витрати	2800	13. Імпорт	3300
6. Рента	500	14. Податок на прибуток корпорацій	400
7. Непрямі податки	1600	15. Нерозподілений прибуток корпорацій	600
8. Чисті інвестиції	800		

#### ЗАДАЧА 22.

Номінальний ВВП дорівнює 64 ум. од.; індекс цін для цього року – 1,28. Визначте реальний ВВП цього року.

#### ЗАДАЧА 23.

Розрахуйте величину ВВП, якщо відомо, що сума споживчих витрат на товари й послуги дорівнює 400 ум. од., валові інвестиції компаній – 60, державні закупівлі товарів і послуг – 40, чистий експорт – 25 ум. од.

#### ЗАДАЧА 24.

Ціна «ринкового кошика» в даному році – 960 ум. од., ціна аналогічного «ринкового кошика» в базовому році – 780 ум. од. Визначте індекс цін.

#### ЗАДАЧА 25.

ВВП дорівнює 5000 доларів США, споживчі витрати – 3200 дол., державні витрати - 900 дол., а чистий експорт – 80 дол. Розрахуйте величину інвестицій.

### ЗАДАЧА 26.

Визначити тривалість технологічного і виробничого циклу в годинах. Партія деталей в кількості 30 од. обробляється послідовно. Середній міжопераційний час 15 хв. Технологічний процес обробки наступний:

N операції	1	2	3	4	5	6	7
Норма часу, хв.	2	7	5	6	2	3	6
Кількість верстатів	1	2	1	2	1	1	2

### ЗАДАЧА 27.

Визначити тривалість циклу простого процесу в робочих днях при паралельному виді руху партії деталей за таких умов: величина партії деталей 180 шт., величина передаточної партії 2 шт. Норми часу по операціям такі:

N операції	2	3	4	5	6	7
Норма часу, хв.	4	4,4	3,9	3,8	4,2	4,2

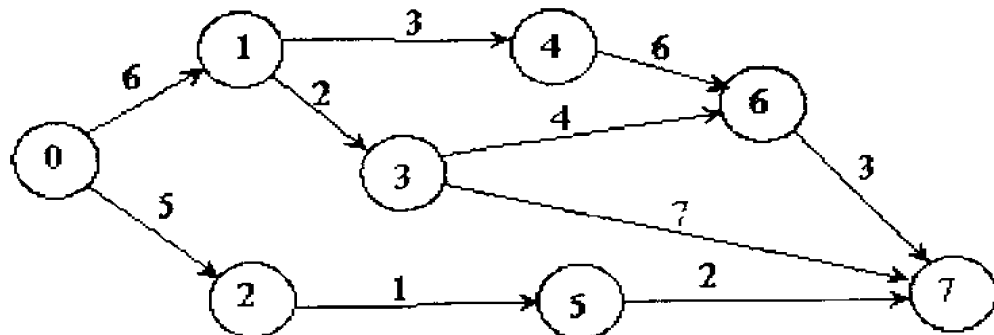
### ЗАДАЧА 28.

Визначити тривалість виробничого циклу виготовлення замовлення – партія деталей 200 шт. обробляється паралельно-послідовно, величина передаточної партії 10 шт., дільниця працює в дві зміни по 8 годин, середній міжопераційний час 3 години. Технологічний процес обробки наступний:

N		Норма	Кількість станків
1	Свердлення	1,2	1
2	Розточка	3	1
3	Протяжка	1,5	1
4	Обточування	1,7	1
5	Нарізання зубів	30	2
6	Протяжка	2,5	1
7	Зняття задирки свердлення	6	1
8	Контроль	3	1

### ЗАДАЧА 29.

Розрахувати раннє і пізнє настання події за такими даними сіткового графіка.



8

### ЗАДАЧА 30.

Потокова лінія для обробки випускного клапана двигуна повинна працювати з тактом 3,8 хв. Технологічний процес обробки такий:

№операції	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Норма часу, хв.	1,6	7,3	3,6	1	6,2	6,1	1,7	3	5,9	5,6

Визначити кількість робочих місць і програму, при якій завантаженість робочих місць буде максимально.

#### ЗАДАЧА 31.

Визначте реальну майбутню вартість інвестованих на 2 роки грошових коштів у розмірі 2000 грн. за процентної ставки з урахуванням інфляції 25 % річних, очікується темп інфляції 20 % у рік.

#### ЗАДАЧА 32.

Очікується, що дохідність інвестиції становитиме 5% річних. Скільки коштів витратять через 3 роки, вкладені зараз 100 грн.?

#### ЗАДАЧА 33.

Інвестор бажає отримати 200 грн. через 2 роки. Яку суму він має покласти на терміновий депозит зараз за процентної ставки 5%?

#### ЗАДАЧА 34.

Велозавод реалізує в місяць 300 велосипедів "Дитячі" за ціною 50 грн. за виріб. Змінні витрати на виготовлення одного виробу становлять 26 грн., постійні витрати за період – 3200 грн. Визначте доходи від реалізації, змінні витрати на весь період, валовий прибуток, чистий прибуток і точку беззбитковості виробництва.

#### ЗАДАЧА 35.

Компанія планує виробити й продати на ринку 12 000 одиниць товару, змінні витрати на виготовлення і продаж одиниці якого становлять 7 грн. Постійні витрати – 63 тис. грн., запланований прибуток – 33 тис. грн. Визначте нижню межу ціни.

## РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

1. Абрамова В.И. Менеджмент и маркетинг: Учеб. пособие. – М.: Издательство РИОР, 2006. – 161 с.
2. Авдеенко В. Н. Производственный потенциал промышленного предприятия. – М.: Экономика, 1989. – 240 с.
3. Адаптация промышленных предприятий к научно-техническим новшествам / В. Н. Гончаров, Г. И. Дибнис., А. Ю. Пекин и др.: Под ред. В. Н. Гончарова. – К.: Техника, 1993. – 132 с.
4. Анализ сильных и слабых сторон компании: определение стратегических возможностей.: Пер.с англ. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2003. – 368 с.
5. Андрейчиков А. В. Анализ, синтез. Планирование решений в экономике. — М.: Финансы и статистика, 2002. – 368 с.
6. Андрианов Ю. В. Систематизация методов расчета при оценке машин и оборудования // Московский оценщик, 2003. – № 4 (23). – С. 18-23.
7. Ансофф И. Стратегическое управление / Пер. с англ. – М.: Экономика, 1989. – 519с.
8. Ансофф И. Новая корпоративная стратегия / Пер. с англ. – СПб.: ПитерКом, 1999. – 416 с.
9. Армстронг Г. Маркетинг / Пер. з англ. – М.: Видавничий дім «Вільямс» , 2001. – 608 с.
10. Архипов В. М. Проектирование производственного потенциала объединений (теоретические аспекты). – Л.: Изд-во ЛГУ, 1984. – 135 с.
11. Атаева Е. А. Классификация факторов, определяющих уровень трудового потенциала // Економіка промисловості, 2005. – №2(28). – С. 181-185.
12. Афанасьев М. В. Оцінка ефективності організаційно- технічних заходів: Навчальний посібник. – Х.: Видавничий Дім "ІНЖЕК", 2003. – 288 с.
13. Афонин И. В. Управление развитием предприятия: стратегический менеджмент, инновации, инвестиции, цены. — М.: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2003. – 380 с.
14. Багиев Г. Л. Основы маркетинговых исследований. Учебное пособие: СПб : Изд – во СПбУЕФ, 1996. – 93 с.
15. Балабанова Л. В. Маркетинг: Підручник. – 2 – ге вид., перероб. і доп. – К.: Знання – Прес, 2004. – 645 с.
16. Балабанова Л.В. Організація праці менеджера: навч. посібник / Л.В. Балабанова, О.В. Сардак; М-во освіти України. – К.: Професіонал, 2004. – 303 с.
17. Балацкая Л. Я. Оценка экономического потенциала в зарубежных исследованиях // Научно-техническая конференция преподавателей, сотрудников, аспирантов и студентов факультета экономики и менеджмента. – Сумы: Изд-во СумГУ, 2004. – С. 43.
18. Балацкий О. Ф. Экономический потенциал административных и производственных систем - Монография. – Сумы: Университетская книга, 2006. – 972 с.



19. Бачевский Б. Е. Оценка производственного потенциала предприятия. Економіка: проблеми теорії та практики. 36. наук, праць Дніпропетровського національного університету. Вип. 196. Т. IV. – Дніпропетровськ: ДНУ, 2004. – С. 926-932.
20. Бачевский Б. Е. Формирование производственного потенциала предприятия. Вісник Східноукраїнського національного університету ім. В. Даля, 2005. – №2(84). – С. 9-14.
21. Бачевский Б. Е. Диагностика и оценка потенциала предприятия. Маркетинг: теорія і практика. 36. наук. Праць Східноукраїнського національного університету ім. В. Даля. Вип. № 13. - Луганськ: Вид-во СНУ ім. В. Даля, 2007. - 280 с.
22. Бачевский Б. Е / Износ оборудования и его обновление в Украине. Економіка: проблеми теорії та практики. 36. наук, праць Дніпропетровського національного університету. Вип. 197. Т. II. Дніпропетровськ: ДНУ, 2004. – С. 305-311.
23. Бачевский Б.О. Теоретические подходы к процессам обновления. Економіка: проблеми теорії та практики. 36. наук, праць Дніпропетровського національного університету. Вип. 211. Т. II. Дніпропетровськ: ДНУ, 2006. – С. 490-495.
24. Бачевский Б. О. Обновление основных средств предприятия в условиях рыночной экономики: Моногр./ Под ред.: проф. Гончаров В. Н., проф. Дорофиенко В. В. – Донецк: ДонГАУ, 2001. – 180 с.
25. Бачевский Б. Структура производственного потенциала предприятия. Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут". 2003. – № 23. Т. 3. –С. 41-44.
26. Бачевский Б. Обновление как способ возмещения морального износа средств производства. Вісник Східноукраїнського національного університету ім. В. Даля, 2004. - № 10(80), Ч. 2. – С. 223-228.
27. Бачевський Б. Є. Потенціал функціональних систем підприємства // Вісник Східноукраїнського національного університету ім. В. Даля, 2007. – № 9 (15). – Ч. 2. – С.12- 16.
28. Бачевський Б. Є. Механізм реалізації потенціалу підприємства: регіональний збірник наукових праць з економіки / Донецький економіко-гуманітарний інститут МОН України; Інститут економіко-правових досліджень НАН України. — Вип. 2 (23). - Донецьк: ДЕГІ. 2007. – С. 262-265.
29. Бачевський Б. Є. Відшкодування зносу основних виробничих фондів. Навчальний посібник. – К.: КНЕУ, 2007. – 176 с.
30. Бердникова Т. Б. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия: Учебное пособие. - М.: ИНФРА-М, 2003. – 215 с.
31. Бланк І. А. Финансовый менеджмент: Учеб. курс. – К.: Ника-Центр, 1999. – 528 с.
32. Богиня Д.П. Основи економіки праці: навч. посібник / Д.П. Богиня, О.А. Грішнова. – 3-тє вид. – К. : Знання-Прес, 2002. – 387 с.
33. Богоявленська Ю.В. Економіка і менеджмент праці : навч. посібник / Ю.В. Богоявленська, Є.І. Хомаківський. – К. : Кондор, 2005. – 332 с.

34. Бойчик І. Економіка підприємства: [навч. посіб.] / Ірина Бойчик. – К.: Атіка, 2002.– 480 с.
35. Бойчик І.М. Економіка підприємства. Навчальний посібник. – Львів, СПОДОМ, 1999.
36. Большая Советская Энциклопедия (в 30 томах) / Гл. ред. А. М. Прохоров. Изд. 3-е. – М.: "Советская Энциклопедия", 1975. – 628 с.
37. Бондаренко О.О. Формування та планування додаткової потреби в персоналі / О.О. Бондаренко // Економіка та держава. – 2005. – №4. – С. 61-64.
38. Борисов А. Б. Большой экономический словарь. – М.: Книжный мир, 2000. – 895 с.
39. Боумэн Клифф. Основы стратегического менеджмента / Пер. с англ. – М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1997. – 175 с.
40. Бузько И. Р. Экономический риск (методы анализа, оценки и ограничения). — Донецк: ИЭП НАН Украины, 1996. - 331 с.
41. Бузько И. Р. Стратегический потенциал и формирование приоритетов в развитии предприятия. – Алчевск: ДГМИ, 2002. — 216 с.
42. Бурлакова В.В. Інформаційні чинники формування людського капіталу в українській та міжнародній економіці / В.В. Бурлакова // Зовнішня торгівля: право та економіка. – 2008. – №3. – С. 33-40.
43. Буряк П.Ю. Економіка праці й соціально-трудова відносини : навч. посібник [для студ. вищ. навч. закл.] / Буряк П.Ю., Карпінський Б.А., Григор'єва М.І. – К. : ЦНЛ, 2004. – 440 с.
44. Валдайцев С. В. Оценка бизнеса и управление стоимостью предприятия. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2001. – 720 с.
45. Василенко В.А., Ткаченко Т.І. Стратегічне управління. Навчальний посібник. – К.: ЦУЛ, 2003. – 396 с.
46. Васильченко В.С. Державне регулювання зайнятості / В.С. Васильченко. – К. : КНЕУ, 2003. – 289 с.
47. Велесько Е.И. Стратегическое управление: практика принятия системных решений: Учеб. пособие. – Мн.: Техналогия, изд-во БГЗУ, 1997. – 199 с.
48. Верба В. А., Загородніх О. А. Проектний аналіз: Підручник. – К.: КНЕУ, 2000. – 322 с.
49. Винокуров В.А. Организация стратегического управления на предприятии. – М.: Центр экономики и маркетинга, 1996.
50. Виханский О.С. Стратегическое управление: Учебник для студ. вузов. – М.:МГУ, 1995. – 252 с.
51. Галузевий маркетинг: Навч. посібник для студ. екон. спец. /А.Демянов, Є.В.Савельєв, Д.А.Штефанич та ін.- К.:Терноп.академія н/г., 1997-176 с.
52. Гаркавенко С.С. Маркетинг. Підручник. Київ:Лібра, 2002. – 712 с.
53. Герасимчук В.Г. Маркетинг: теорія і практика: Навч.посібник.- К.: Вища школа,1994. – 256 с.
54. Гетьман О. О. Економіка підприємства : навч. посіб. [для студ. вищ. навч. закл.] / О. О. Гетьман, В. М. Шаповал. – К. : Центр навч. л-ри, 2006. – 488 с.
55. Господарський кодекс України // Відомості Верховної Ради України. – 2003, – №18-22.

56. Гринів Л.С. Національна економіка. Навчальний посібник. – Львів: Магнолія 2006, 2009. – 464 с.
57. Грузинов В. П. Экономика предприятия: Учеб. для вузов / Под ред. проф. В. П. Грузинова. – М.: ЮНИТИ, 1998.
58. Дойл П. Менеджмент: стратегия и тактика / Пер. с англ.; Под ред. Ю.Н. Каптуревского. – СПб.: Питер, 1999. – 560 с.
59. Економіка виробничого підприємництва: Навчальний посібник / За ред. І.М. Петрович. – Львів: Оксарт, 1996.
60. Економіка і менеджмент / за ред. В.Є Кузьміна. – Львів: Львівська політехніка, 1996.
61. Економіка підприємства: навч. посіб. / [Крайник О. П.]; за ред. О. П. Крайник. – Л.: Інтеллект-Захід, 2005. – 296 с.
62. Економіка підприємства: підручник / [за заг. ред. С. Ф. Покропивного]. – Вид. 2-е, переробл. та доповн. – К.: КНЕУ, 2000. – 528 с.
63. Економіка підприємства : підручник / [Петрович Й. М., Кіт А. Ф., Семенів О. М. та ін.] ; за заг. ред. Й. М. Петровича. – Л. : Новий світ-2000, 2004. – 680 с.
64. Економіка підприємства. Збірник практичних задач і конкретних ситуацій: Навчальний посібник / С.Ф. Покропивний, Г.О. Швиданенко, О.С. Федонін та ін. – Київ: КНЕУ, 2000. – 328 с.
65. Економіка підприємства. Збірник практичних задач і конкретних ситуацій: Навч. посібник / С. Ф. Покропивний, Г. О. Швиданенко, О. С. Федонін та ін.; За ред. С. Ф. Покропивного. – К.: КНЕУ, 2000.
66. Економіка підприємства. Навчально-методичний посібник для самостійного вивчення дисц. / Швиданенко Г.О., Покропивний С.Г., Клименко СМ. та інші. – К.: КНЕУ, 2000. – 248 с
67. Економіка підприємства: зб. тестів і задач : навч. посіб. / [А. В. Шегда, Т. Б. Харченко, Ю. А. Сагайдак та ін.]. – К. : Центр учб. л-ри, 2010. – 240 с.
68. Економіка підприємства: Навч. посіб / А.В. Шегда, Т.М. Литвиненко, М.П. Нахаба та ін.; За ред. А.В. Шегди. – К.: Знання-Прес, 2001.
69. Економіка підприємства: Навч. посібник / За ред. О.П. Крайник – Львів.: «Інтеллект-Захід», 2005. – 296с.
70. Економіка підприємства: Опорний конспект лекцій / Н.М. Ушакова, Л.О. Лігоненко, М. М. Скотнікова, І. О. Чаюн. – К.: КНТЕУ, 2002.
71. Економіка підприємства: підручник / За ред. А.В.Шегди – К.: Знання, 2006. – 614 с
72. Економіка підприємства: Підручник / За ред. С. Ф. Покропивного. – К.: КНЕУ, 2001.
73. Економіка підприємства: Посібник / За ред. П. С. Харіва. – Тернопіль: Нкон. думка, 2000.
74. Економіка підприємства: Структурно-логічний навч. посібник / За ред. С.Ф. Покропивного - К. КНЕУ, 2001. – 457 с.
75. Економіка торговельного підприємства: Підручник / За ред. проф. Н.М. Ушакової. – К.: «Хрещатик», 1999.
76. Ефремов В. С. Стратегия бизнеса: Концепции и методы планирования: Учеб. пособие. – М.: Финпресс, 1998. – 192 с.

77. Заблоцький Б.Ф. Національна економіка: Підручник. – Львів: Новий Світ-2000, 2009. – 582 с.
78. Закон України “Про інвестиції” // ДІБП. – 1994. – № 11. – С. 54.
79. Закон України “Про підприємництво” // Відомості Верховної Ради України. – 1991. – № 14. – С. 44.
80. Закон України “Про підприємства в Україні” // Галицькі контракти. – 1996. – № 46. – С. 17.
81. Закон України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» // Відомості Верховної Ради України. – 1999. – № 40.
82. Закон України «Про господарські товариства» // Відомості Верховної Ради України. – 1991. – №49.
83. Закон України «Про інвестиційну діяльність» // Відомості Верховної Ради України. – 1991. – №47.
84. Ильин А.И. Планирование на предприятии: Учеб. пособие: В 2 ч. – Мн.: Минсанта, 1998. – Ч. 1. – 294 с.
85. Карлофф Б. Деловая стратегия. – М.: Экономика, 1991.
86. Кривов'язюк І. В. Підприємство в умовах ринку : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / Кривов'язюк І. В. – К. : Кондор, 2009. – 840 с.
87. Круглов М.И. Стратегическое управление корпорацией: Учеб. для вузов. – М.: Рус. деловая лит., 1998. – 768 с.
88. Липчук В.В., Дудяк А.П., Бугіль С.Я. Маркетинг: основи теорії та практики. Навч.посібник / За загальною редакцією В.В.Липчук. – Львів: «Новий світ – 2000»; «Магнолія плюс». – 2003. – 288с.
89. Лігоненко Л. О. Антикризове управління підприємством: монографія / Лігоненко Л. О. – К. : КНТЕУ, 2001. – 589 с.
90. Маркетинг: Підручник / В. Руделіус, О. М. Азарян, О. А. Виноградов та ін. – К.: Навчально-методичний центр” Консорціум із удосконалення менеджмент-освіти в Україні”, 2005. – 422с.
91. Маркетинг: Ситуаційні вправи: Навч. посібник./ Упоряд.: О. І. Сидоренко, П. С. Редько. – 2 – ге. – К.: Навч. – метод. центр «Консорціум» із удоскон. менеджмент – освіти в Україні», 2004. – 504 с.
92. Маркова В.Д., Кузнецова С.А. Стратегический менеджмент: Курс лекций. – М.: ИНФРА-М, 1999. – 287 с.
93. Мескон М.Х., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента: Пер. с англ. – М.: «Дело», 1992. – 702 с.
94. Методические указания к проведению практических работ по дисциплине «Стратегия предприятия» / Сост. Н.Э. Деева, Н.А. Перевозчикова, А.В. Гайдатов. М.В. Миньковская. – Донецк: ДонНТУ, 2005. – 25 с.
95. Методические указания к проведению семинарских занятий и самостоятельной работе студентов по дисциплине «Стратегия предприятия» / Сост. Н.А. Перевозчикова, Н.Э. Деева. – Донецк: ДонНТУ, 2004. – 16 с.
96. Микроэкономика. Деловые игры / Корнейчук Б.В. – СПб.: Питер, 2003. – 157 с.
97. Митяй О.В. Проектний аналіз: навч.посіб./ О.В. Митяй. – К.: Знання, 2011. – 311 с.

98. Міщенко А.П. Стратегічне управління: Навч. посіб. – К.: „Центр навчальної літератури”, 2004.
99. Мороз Л. А., Чухрай Н. І. Маркетинг: Підручник / За редакцією А. А. Мороз. – 2 –е вид. – Львів : Національний університет «Львівська політехніка» (Інформаційно – видавничий центр «Інтелект + Інститут після дипломної освіти»), «Інтелект захід», 2002. – 244 с.
100. Національна економіка: Навч. посіб. / За ред. В.М. Тарасевича. – К.: ЦУЛ, 2009. – 280 с.
101. Національна економіка: Підручник / За ред. П.В. Круша. – К.: Каравела, 2008. – 416 с.
102. Національна економіка. Навчальний посібник / Решетило В.П., Єгорова О.Ю., Штефан С.І., Островський І.А. та інші, Харків: Харківська національна академія міського господарства, 2008.
103. Національна економіка. Навчально-методичний посібник / О.Є. Кузьмін, У. І. Когут, І. С. Процик, Г. Л. Вербицька; За заг. ред. О. Є. Кузьміна. – Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2010. – 188 с.
104. Немцов В.Д., Довгань Л.Є., Стратегічний менеджмент. ТОВ “УВПК “ЕксОб”, 2002. – 560 с.
105. Панов А.И. Стратегический менеджмент: Учеб. пособие для вузов. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2002. – 240 с.
106. Положення про порядок досудової санації господарських товариств, у статутних фондах яких державна частка перевищує 25 %, та державних підприємств, щодо яких прийнято рішення про приватизацію: затв. наказом ФДМУ від 12 жовтня 2001 р. № 1865 // Про приватизацію: Держ. інформ. бюл. – 2001. – № 12. – С. 13–15.
107. Положення про порядок реструктуризації підприємств: затв. наказом ФДМУ від 7 лютого 2001 р. № 175 // Про приватизацію: Держ. інформ. бюл. – 2001. – № 4. – С. 12–15.
108. Портер М. Стратегія конкуренції / Пер. з англ. – К.: Основи, 1998. – 390 с.
109. Прауде В.Р., Білий О.Б. Маркетинг. Навч. посібник. - К.: Вища школа, 1994-256 с.
110. Про відновлення платоспроможності боржника або визнання його банкрутом: закон України // Відомості Верховної Ради України. – 1992. – № 31. – С. 440.
111. Про внесення зміни до Закону України “Про відновлення платоспроможності боржника або визнання його банкрутом”: закон України // Відомості Верховної Ради України. – 2005. – № 9. – С. 186.
112. Про методичні рекомендації щодо виявлення ознак неплатоспроможності підприємства та ознак дій з приховування банкрутства, фіктивного банкрутства чи доведення до банкрутства : наказ Міністерства економіки України від 17 січня 2001 р. № 10.
113. Проектний аналіз: навч. посіб. / за ред. С.О. Москвіна. – К. : Лібра, 1998. – 368 с.
114. Райан Б. Стратегический учет для руководителя / Пер с англ.; Под ред. В. А. Микрюкова. – М.: Аудит, ЮНИТИ, 1998.

115. Родионова В.Н. Стратегический менеджмент: Учеб. пособие / Родионова В.Н., Федоркова Н.В., Чекменев А.Н. – М.: Издательство РИОР, 2006. – 81 с.
116. Ромат Е.В. Реклама: Учебное пособие-2-е изд. Перероб. и доп.-К.:НВФ «Студцентр», 1996. – 224 с.
117. Руделиус У. Маркетинг. – Москва: ДеНово, 2001. – 706 с.
118. Сідун В. А. Економіка підприємства : навч. посіб. / В. А. Сідун, Ю. В. Пономарьова. – Вид. 2-е, переробл. та доповн. – К. : Центр навч. л-ри, 2006. – 356 с.
119. Старостіна А.О. Маркетинг: Навч.посіб. – К.: Знання-Прес, 2003.
120. Терещенко О. О. Фінансова діяльність суб'єктів господарювання: навч. посіб. / Терещенко О. О. – К.: КНЕУ, 2003. – 554 с.
121. Терещенко О. О. Фінансова санація та банкрутство підприємств: навч. посіб. / Терещенко О. О. – К.: КНЕУ, 2000. – 412 с.
122. Фінанси підприємств: підручник / [кер. авт. кол. і наук. ред. проф. А. М. Поддєрьогін]. – 3-є вид., переробл. та доповн. – К. : КНЕУ, 2001. – 460 с.