**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**

**ВІДОКРЕМЛЕНИЙ СТРУКТУРНИЙ ПІДРОЗДІЛ**

**«ТЕХНІЧНИЙ ФАХОВИЙ КОЛЕДЖ**

**ЛУЦЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО ТЕХНІЧНОГО УНІВЕРСИТЕТУ»**

**ЗАТВЕРДЖУЮ**

Заступник директора

з навчальної роботи

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_Світлана БУСНЮК

“\_\_\_”\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_2022 р.

**ПРОГРАМА**

**КВАЛІФІКАЦІЙНОГО ІСПИТУ**

**для здобувачів освітньо-професійного ступеня**

**«фаховий молодший бакалавр»**

**ГАЛУЗЬ ЗНАНЬ** 07 Управління та адміністрування

**СПЕЦІАЛЬНІСТЬ** 073 Менеджмент

**ОСВІТНЯ КВАЛІФІКАЦІЯ** Фаховий молодший бакалавр з

менеджменту

Розглянуто і схвалено на засіданні випускової циклової комісії «Менеджмент», протокол № 11 від «13» червня 2022 р.

Голова ВЦК «Менеджмент» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Інна ДИНЬКО

**Луцьк 2022**

## ЗМІСТ

|  |  |
| --- | --- |
| Пояснювальна записка до кваліфікаційного іспиту...................................... | 3 |
| Програма з менеджменту…............................................................................ | 9 |
| Рекомендована література з менеджменту………………………………… | 11 |
| Програма з організації виробництва………………………………………. | 12 |
| Рекомендована література з організації виробництва……………………. | 15 |
| Програма з економіки підприємств………………………………………… | 16 |
| Рекомендована література з економіки підприємств……………………… | 18 |
| Програма з економічного аналізу..………………………………………… | 19 |
| Рекомендована література з економічного аналізу..……………………… | 20 |
| Програма з маркетингу…................................................................................ | 21 |
| Рекомендована література з маркетингу ...………………………………… | 22 |
| Екзаменаційні питання з менеджменту ……………...…………................ | 23 |
| Екзаменаційні питання з організації виробництва………………………… | 24 |
| Практичні завдання…………………………………………………………. | 25 |
| Тестові завдання……………………………………. ……………………… | 28 |
| Додаток А……………………………………………………………………. | 43 |

**ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА**

**ДО КВАЛІФІКАЦІЙНОГО ІСПИТУ**

Мета кваліфікаційного іспиту – оцінювання рівня засвоєння компетентностей освітньо-професійного ступеня підготовки та атестація фахівця на відповідність освітній кваліфікації «фаховий молодший бакалавр з менеджменту».

Програма кваліфікаційного іспиту містить змістові теми нормативних навчальних дисциплін циклу професійної та практичної підготовки освітньо-професійної підготовки фахового молодшого бакалавра з менеджменту.

У списку рекомендованих джерел, що додається до програми, наведено перелік сучасної наукової спеціальної літератури.

Відокремлений структурний підрозділ «Технічний фаховий коледж Луцького національного технічного університету» має право доповнювати нормативну частину програми кваліфікаційного іспиту іншими розділами та поглиблювати зміст тем програми змістовими модулями навчальних дисциплін варіативної частини освітньо-професійної підготовки фахового молодшого бакалавра з менеджменту.

Сучасні умови роботи фахівців з менеджменту вимагають від них не лише всебічного знання окремих економічних дисциплін, але й глибокої системної теоретичної підготовки, розуміння принципів та закономірностей формування і розвитку сучасних економічних систем, здатності до прогнозування можливих шляхів розвитку як окремих економічних інститутів, галузей господарств, так і економіки в цілому.

Вище перереаховані якості здобувачі повинні були набути при вивченні таких нормативних курсів:

1. Менеджмент
2. Організація виробництва
3. Економіка підприємств
4. Економічний аналіз
5. Маркетинг

Кваліфікаційний іспит зі спеціальності 073 Менеджмент визначає рівень засвоєння здобувачами теоретичного матеріалу та рівень сформованості практичних умінь і навичок наведених вище фахових дисциплін, вміння самостійно розробляти та аналізувати показники господарської діяльності, активно використовувати набуті знання у своїй професійній та суспільній діяльності.

Кваліфікаційний іспит виконує ще й важливе виховне завдання. У конкретному вираженні воно виявляється у вмінні здобувача самостійно, логічно й послідовно висловлювати свої економічні переконання, здійснювати самоконтроль та критично оцінювати власні знання і навички.

***СКЛАД І СТРУКТУРА ЗАВДАНЬ***

Завдання для кваліфікаційного іспиту (екзаменаційні білети) складаються з теоретичних предметних питань, тестових завдань і практичної задачі, що охоплюють матеріал вищевказаних дисциплін.

Кваліфікаційні завдання в кількості 20 білетів розроблено викладачами відповідних дисциплін. Іспит проводиться за білетами, складеними відповідно до програми кваліфікаційного іспиту. Кожен білет складається з 2 теоретичних питань, однієї комплексної ситуаційної задачі і 10 тестових завдань. Білети затверджуються на засіданні випускової циклової комісії.

І. 2 теоретичні питання (по 1 з дисциплін «Менеджмент» та «Організація виробництва»).

II. Важливим завданням є виявлення навичок вирішення практичних задач, конкретного аналізу проблемних ситуацій на мікрорівні.

ІІІ. Цей етап є контролем теоретичних знань здобувачів з дисциплін «Економіка підприємств», «Економічний аналіз», «Маркетинг».

Завдання для тестування являють собою тести з передбаченими варіантами відповідей (одна або декілька з яких є правильними) з предметів у кількості:

* «Економіка підприємств» – 40 шт.
* «Економічний аналіз» – 40 шт.
* «Маркетинг» – 40 шт.

Всього – 120 шт. тестових запитань.

Кількість тестів, які включаються до кожного завдання:

* «Економіка підприємств» – 4 шт.
* «Економічний аналіз» – 3 шт.
* «Маркетинг» – 3 шт.

У завданні тести об'єднані у три предметні блоки, що відповідають вище зазначеним навчальним дисциплінам.

Перелік тестових завдань, теоретичних питань і задач, рекомендованої літератури і документів, що застосовуються для підготовки і під час державної атестації, розробляються викладачами відповідних дисциплін і входять до даної програми.

***ФОРМА ПРОВЕДЕННЯ КВАЛІФІКАЦІЙНОГО ІСПИТУ***

До початку іспиту група здобувачів, які складають його за розкладом у цей день, запрошується в аудиторію, де відбувається кваліфікаційний екзамен.

Голова екзаменаційної комісії знайомить здобувачів зі складом комісії і коротко пояснює порядок її роботи.

Кожному здобувачеві для підготовки відповідей виділяють окремі столи. Необхідні записи здобувач робить на стандартних аркушах, що видаються комісією.

Кульмінаційна частина іспиту – заслуховування комісією відповідей здобувача. Якщо останній відхиляється у бік від сформульованих у білеті питань, голові комісії необхідно спрямувати відповідь здобувача у правильному напрямку. Члени комісії, з дозволу голови комісії, мають право задавати уточнюючі й додаткові питання. Методично доцільно задавати питання після відповідей здобувача на усі питання екзаменаційного білета.

Якщо здобувач допускає у відповіді помилки, його потрібно відразу виправити. При необхідності, можна супроводжувати свої зауваження короткими поясненнями, щоб запобігти можливим повторенням аналогічних помилок у наступних відповідях здобувача.

Додаткові питання члени комісії задають за таких обставин:

* відповідь здобувача не достатньо повна, позбавлена логічності й визначеності;
* у відповіді допущені суттєві помилки;
* виникають сумніви в оцінці знань здобувача.

***КРИТЕРІЇ ЕКЗАМЕНАЦІЙНИХ ОЦІНОК***

Оцінка за кваліфікаційний іспит виставляється здобувачу за національною шкалою.

Оцінювання здійснюється окремо за кожною частиною екзаменаційного білета оцінкою «відмінно», «добре», «задовільно» чи «незадовільно». Загальна оцінка по білету підраховується як середньоарифметичне значення оцінок, отриманих з кожного завдання екзаменаційного білета і виставляється на закритому засіданні екзаменаційної комісії шляхом відкритого голосування по кожному здобувачу. Оцінка виставляється та, за яку подано більшість голосів. За рівної кількості голосів вирішальним є голос голови екзаменаційної комісії. Оцінка «відмінно» може бути поставлена лише у тому випадку, якщо жодне із завдань екзаменаційного білета не оцінено нижче оцінки  «добре».

Оцінка **«відмінно»** виставляється, якщо здобувач правильно відповів на теоретичні питання білета, та розв'язав задачу, а також чітко і логічно відповів на поставлені екзаменаторами запитання; вільно володіє науковою термінологією.

Оцінка **«добре»** ставиться, якщо відповідаючи на теоретичні питання білета здобувач допускає несуттєві неточності і не може чітко відповісти на поставлені у білеті запитання, залишаючи тим самим нерозкритим до 25% їх змісту, за умови, що допущені несуттєві помилки при розв'язанні задачі усуваються самим здобувачем, коли на помилки вказує екзаменатор.

Оцінка **«задовільно»** виставляється, якщо під час відповіді допущено ряд суттєвих помилок, або коли здобувач не розкриває до 60% змісту теоретичних питань білета. На додаткові запитання екзаменатора відповідає в межах 50-60%. При розв'язанні практичних завдань допущені помилки і порушена логіка їх розв'язання, що вплинуло на результат та правильність висновків. Але при цьому базові формули, взяті для розрахунку, є в основному правильними, або при нагадуванні екзаменатором назв, необхідних для розв'язання задачі коефіцієнтів, інших показників тощо, здобувач самостійно згадує їх суть і швидко знаходить правильне вирішення практичного завдання.

Оцінка **«незадовільно»** вказує на те, що здобувач не оволодів і половиною матеріалу, який винесено на іспит. На логічні запитання екзаменатора та членів комісії за програмою кваліфікаційного іспиту здобувач часто не знає правильної відповіді. Не знає базових категорій та економічних показників, інших фундаментальних формул, потрібних для розв'язання практичного завдання.

Оцінка за тестування визначається (і повідомляється) комісією за наступними критеріями (загальним відсотком вірних відповідей за умови, що за кожним з предметів дано не більше ніж 50% вірних відповідей):

* 90% і більше правильних відповідей – «відмінно»;
* від 75 до 90% правильних відповідей – «добре»;
* від 60 до 75% правильних відповідей – «задовільно»;
* менше 60% правильних відповідей – «незадовільно».

Оцінка визначається відповідно до знань здобувача за п'ятибальною системою. Рішення екзаменаційної комісії про рівень знань приймається на закритому засіданні комісії більшістю голосів і оголошується здобувачам у день складання іспиту після оформлення протоколу екзаменаційної комісії.

***ПІДВЕДЕННЯ ПІДСУМКІВ КВАЛІФІКАЦІЙНОГО ІСПИТУ***

Результати кваліфікаційного іспиту за фахом оголошуються здобувачам у день його проведення після оформлення протоколів екзаменаційної комісії. При цьому дається загальна оцінка відповідей здобувачів, відзначаються найбільш яскраві з них, характеризується рівень фахової підготовки здобувачів.

**ПРОГРАМА КВАЛІФІКАЦІЙНОГО ІСПИТУ**

***«Менеджмент»***

Сутність менеджменту. Цілі, задачі та види менеджменту. Предмет і методи менеджменту. Особливості управління підприємством.

Наукові підходи до менеджменту. Наукові принципи менеджменту.

Поняття системи і системного підходу в менеджменті. Особливості соціально-економічних систем. Організаційні структури управління. Проектування структур управління.

Поняття та класифікація інформації. Рівні інформаційного забезпечення менеджменту і типи інформації. Система інформації. Технологія інформаційної діяльності.

Процес комунікації і його роль в менеджменті. Види і форми комунікацій. Удосконалення комунікацій.

Теорія прийняття управлінського рішення. Поняття управлінського рішення. Класифікація управлінських рішень. Прийняття рішень різними школами управління.

Технологія прийняття управлінських рішень. Методи розробки і обґрунтування рішень. Механізм і техніка прийняття управлінських рішень. Організація виконання управлінських рішень.

Поняття і значення функцій менеджменту. Класифікація функцій менеджменту. Регламентація функцій менеджменту.

Види планів, стратегічне планування. Місія організації і визначення її цілей. Особливості стратегічного планування. Реалізація стратегічних планів підприємства.

Організаційні теорії і основні поняття організації. Лінійні та штабні повноваження. Принципи побудови структури управління. Принципи делегування повноважень.

Поняття і види мотивації. Ранні теорії мотивації. Сучасні теорії мотивації. Методи мотивації.

Сутність, принципи і функції управлінського контролю. Види контролю. Головні системи контролю. Процес та етапи контролю. Управління за відхиленнями.

Сутність методів менеджменту. Техніка і технологія управління.

Стратегія та її види. Поняття і суть стратегічного менеджменту. Процес стратегічного менеджменту. Стратегічне управління підприємством.

Суть операційного менеджменту. Формування операційної стратегії. Створення виробничих систем.

Поняття влади і відповідальності. Характеристика форм і типів влади. Сутність лідерства і його основні типи. Формування ефективного стилю лідерства.

Типи, причини і моделі конфлікту. Функції конфліктів і форми їх розв’язування. Управління змінами. Управління стресами.

Ефективність і якість управління. Чинники, які впливають на ефективність управління. Критерії та показники ефективності менеджменту.

**СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ**

***«Менеджмент»***

1. Гуторова О.О. Менеджмент організацій: навч.посіб / О.О. Гуторова. Х.: Харк.нац.аграр.ун-т. ХНАУ, 2019. 267 с.

2. Карлова О.А. Основи менеджменту і маркетингу: підручник / О.А. Карлова, С.І. Плотницька, М.К. Гнатенко. Харків: Друкарня Мадрид, 2019. 228 с.

3. Краснокутська Н.С. Стратегічне управління: навчальний посібник для  
студентів економічних спеціальностей / Н.С. Краснокутська, І.А. Кабанець.  
Харків: НТУ «ХПІ», 2019. 460 с.

4. Менеджмент: Навчальний посібник / Н.С. Краснокутська, О.М. Нащекіна, О.В. Замула та ін. Харків: «Друкарня Мадрид», 2020. 231 с.

5. Основи менеджменту. Теорія і практика: Навч.посіб. / Г.Є. Мошек, І.П. Миколайчук, Ю.І. Палеха, Ю.В. Поканєвич, А.С. Соломко, О.В. Коваленко, Н.В. Коваленко, В.С. Ціпуринда, Г.П. Сиваненко, О.І. Бєлова; за заг. ред. проф. Мошека Г.Є. Київ: Видавництво Ліра-К, 2020. 528 с.

6. Пушкар З.М. Кадровий менеджмент. Навчальний посібник: З.М.Пушкар, Б.Т. Пушкар. Тернопіль, Осадца Ю.В., 2019. 210 с.

7. Сагайдак-Нікітюк Р.В., Телепнєва О.С. Менеджмент: навч. посіб.  
Харків: НФаУ, 2019. 112 с.

8. Страпчук С.І., Миколенко О.П., Попова І.А., Пустова В.В.  
Менеджмент: навчальний посібник для здобувачів вищої освіти. Львів:  
Видавництво «Новий Світ – 2000», 2020. 356 с.

9. Фінансовий менеджмент: навч. посіб. / [Васьківська К. В., Сич О. А.]. Львів: «ГАЛИЧ-ПРЕС», 2019. 236 с.

10. Шинкарук Л.В., Мостенська Т.Л., Власенко Т.О. Менеджмент:  
навч. посіб. Киів: Видав. дім «Кондор», 2019. 220 с.

**ПРОГРАМА КВАЛІФІКАЦІЙНОГО ІСПИТУ**

***«Організація виробництва»***

Виробнича структура промислового підприємства. Виробнича структура підприємства. Структура основного виробництва. Просторове розміщення підприємства. Удосконалення виробничої структури.

Виробничий процес, його протікання у часі. Виробничий процес, його протікання у часі. Виробничий процес та його структура. Основні принципи організації виробничого процесу. Види руху предметів праці. Виробничий цикл.

Типи виробництва. Визначення типу організації виробництва. Одиничне виробництво, його особливості. Характеристика серійного виробництва. Характеристика масового виробництва.

Методи організації виробництва.Непотокове виробництво та його характеристика. Потокове виробництво, класифікація видів за основними ознаками.

Організація підготовки виробництва. Організація конструкторської підготовки виробництва. Організація технічної та технологічної підготовки виробництва.

Системи обслуговування виробництва: ремонтне господарство. Задачі та структура ремонтного господарства підприємства.Ремонт та якісне обслуговування устаткування.

Системи обслуговування виробництва: інструментальне господарство. Організація, завдання і склад інструментального господарства. Регулювання запасів інструменту.

Системи обслуговування виробництва: транспортне господарство. Сутність і завдання внутрішньозаводського транспортного обслуговування. Транспортна логістика на підприємстві.

Системи обслуговування виробництва: матеріально-технічне забезпечення. Форми та системи матеріально-технічного забезпечення виробництва. Методи розрахунку потреба в матеріалах.Запаси та регулювання їх розміру. Визначення потреба цехів у матеріальних ресурсах.

Системи обслуговування виробництва: складське господарство. Характеристика складського господарства. Класифікація складів.

Системи обслуговування виробництва: енергетичне господарство. Головні завдання та структура енергетичного господарства підприємства. Енергобаланси підприємства. Показники енергозабезпечення.

Організація використання засобів виробництва. Обґрунтування потреби підприємства та його підрозділів у засобах виробництва. Організація та планування використання машинно-тракторного парку. Організація та планування використання вантажного автотранспорту. Організація технічного обслуговування  технічних засобів.

Організація і нормування праці. Суть, принципи та методи нормування праці. Способи вивчення затрат робочого часу. Сутність нормування праці. Наукова організація праці та атестація робочих місць.

Організація оплати праці. Залучення працівників до управління виробництвом. Ефективність застосування форм і систем оплати праці. Сутність тарифних сіток.

Організація розрахунків. Принципи організації грошових розрахунків. Сутність готівкових та безготівкових розрахунків. Платіжні доручення, акредитиви та векселі. «Інтернет-Клієнт-Банк».

Транспортно-експедиційна діяльність. Техніко-економічні особливості транспортних засобів. Методи транспортного обслуговування споживачів. Організація автомобілепотоків вантажів.

Організація зберігання, переробки та реалізації продукції. Зберігання та переробка сільськогосподарської продукції в сучасних умовах. Переробні виробництва.

Якість продукції, показники і методи оцінки її рівня. Якість продукції: основні поняття, терміни і визначення. Стадії формування якості продукції промислового виробництва. Зміст і методи оцінювання рівня якості продукції.

Вітчизняний і закордонний досвід організації систем якості на підприємстві. Еволюція уявлень про якість. Вітчизняний досвід управління якістю продукції. Закордонний досвід управління якістю продукції. Концепція загального управління якістю.

Організація управління якістю продукції і забезпечення конкурентоспроможності підприємства. Процес управління якістю на підприємстві. Стандартизація якості. Інструменти підвищення якості продукції. Організація контролю якості продукції. Сертифікація продукції та систем якості.

**СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ**

***«Організація виробництва»***

1. Галущак М.П., Машлій Г.Б., Гевко О.Б. Навчальний посібник для виконання практичних завдань та самостійного вивчення дисципліни «Організація виробництва» . Тернопіль, ТНТУ, 2019. 139 с.

2. Економіка і організація виробництва: навчальний посібник для здобувачів ступеня бакалавра за технічними та інженерними спеціальностями / Петренко К.В., Скоробогатова Н.Є. К.: КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2019. 177 с.

3. Економіка та організація виробництва: навч. посіб. / уклад. І.В. Причепа, Л.П. Руда. Вінниця: ВНТУ, 2020. 186 с.

4. Козик В.В., Гавриляк А.С., Петрушка Т.О. Організація виробництва. Підручник. Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2020. 256 с.

5. Круш П.В., Подвігіна В.І., Гулевич В.О. та ін.  
Організація виробництва: Підручник / За заг. ред. П.В. Круша, В.І. Подвігіної, В.О. Гулевич. К.: Каравела, 2020. 536 с.

6. Організація виробництва: підручник / Круш П.В. та ін. Київ, 2019. 552 с

7. Прохорова В.В. Організація виробництва: навч. посібник / В.В. Прохорова, О.Ю. Давидова. Х.: Вид-во Іванченка І.С., 2019. 275 с.

8. Петренко К.В., Скоробогатова Н.Є. Економіка і організація виробництва: навчальний посібник для здобувачів ступеня бакалавра за технічними та інженерними спеціальностями. Київ, 2019. 177 с.

**ПРОГРАМА КВАЛІФІКАЦІЙНОГО ІСПИТУ**

***«Економіка підприємств»***

Підприємство як суб’єкт господарювання. Поняття підприємства, його ознаки та класифікація. Форми об’єднань підприємств. Ринок як сфера функціонування підприємств.

Основи підприємницької діяльності. Сутність і принципи підприємницької діяльності. Організаційні форми підприємництва. Засоби державного регулювання підприємництва. Бізнес-планування у підприємницькій діяльності.

Конкуренція у підприємницькій діяльності. Конкуренція, її суть та основні функції. Види конкуренції. Досконала та недосконала конкуренція. Монополізм, його суть, типи, форми та наслідки. Антимонопольна політика.

Економічні ресурси: основні засоби. Поняття та економічна сутність основних засобів. Методи оцінки основних засобів. Амортизація основних засобів. Відтворення основних засобів. Сутність лізингу.

Економічні ресурси: оборотні кошти. Поняття, склад і структура оборотних коштів підприємства. Характеристика процесу обертання. Формування політики управління запасами. Нормування оборотних коштів. Методи оцінки запасів.

Економічні ресурси: персонал і продуктивність праці. Персонал підприємства, його склад та структура. Продуктивність праці та методи її вимірювання. Сутність мотивації, основні теорії мотивації. Мотивація та наукова організація праці.

Економічні ресурси: нематеріальні активи. Поняття і класифікація нематеріальних активів. Методи оцінки нематеріальних активів. Реалізація права власності на нематеріальні ресурси.

Економічні ресурси: інвестиційні ресурси. Поняття і класифікація інвестицій. Економічна оцінка доцільності інвестування. Інвестиційні проекти підприємства.

Інноваційні процеси на підприємстві. Зміст інноваційної діяльності. Види і напрямки інноваційної діяльності. Інноваційні цикли.

Виробництво, якість і конкурентоспроможність продукції. Продукція, її класифікація і вимірники обсягу. Якість продукції (послуг) як економічна категорія. Стандартизація продукції. Сертифікація продукції.

Оплата праці на підприємстві. Сутність, функції та принципи заробітної плати. Тарифна система оплати праці робітників. Форми і системи оплати праці. Оплата праці керівників, службовців та спеціалістів. Планування фонду оплати праці.

Витрати виробництва і собівартість продукції. Поняття витрат та їх класифікація. Поняття собівартості виготовленої продукції. Кошторис витрат і калькуляція собівартості.

Цінова політика і методи встановлення ціни на товар. Поняття цін, їх види та функції. Методи ціноутворення. Вибір стратегії ціноутворення на підприємстві.

Ефективність діяльності підприємства. Показники оцінки ефективності діяльності підприємства. Напрямки підвищення ефективності діяльності підприємства.

Економічна безпека підприємства. Поняття про економічну безпеку підприємства та її визначення. Методи оцінювання рівня економічної безпеки підприємства. Напрями організації економічної безпеки на підприємстві.

Реструктуризація та санація підприємств. Сутнісна характеристика процесу реструктуризації підприємств. Види реструктуризації. Процес і процедура реструктуризації. Ефективність реструктуризації підприємств. Санація (фінансове оздоровлення) підприємства.

Сутність зовнішньоекономічної діяльності підприємств. Ціноутворення у зовнішньоекономічній діяльності.

**СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ**

***«Економіка підприємств»***

1. Дмитрієв І.А., Шевченко І.Ю. Економіка підприємства: навчальний посібник для практичних занять і самостійної роботи студентів вищих навчальних закладів. Харків: ХНАДУ, 2019. 292 с.

2. Економіка підприємства: навчальний посіб. для студентів  
закл. вищ. освіти / Н.М. Колпаченко, Ю.А. Сайчук, В.К. Аветісян  
та ін. Харків: Діса плюс, 2019. 277 с.

3. Економіка підприємства: навчальний посібник / О.І. Лисак, Л.О.  
Андрєєва, Л.О.Болтянська. Мелітополь: Люкс, 2020. 272 с.

4. Економіка підприємства: навчальний посібник / О.М.Бандурка, Є.В. Ковальов, М.А.Садиков, О.С. Маковоз; за заг. ред. О.М. Бандурки. Харків: ХНУВС. 2020. 192 с.

5. Економіка підприємства: підручник / 3-а заг. та наук. ред. Г.О. Швиданенко. [вид. 4-те, перероб. і доп.]. К.: КНЕУ, 2019. 816 с.

6. Економіка підприємства: підручник / під заг. ред. д.е.н., проф. Ковальської Л.Л., проф. Кривов’язюка І.В. Київ: Кондор, 2020. 700 с.

7. Іванілов О.С. Економіка підприємства: навчальний посібник. Київ: Центр учбової літератури, 2019. 728 с.

8. Яркіна Н.М. Економіка підприємства: навч.посіб. 2-ге вид., перероб. і доп. К.: Ліра-К, 2020. 596 с.

9. Організація торгівлі. Підручник 3-тє вид. // за редакцією Апопія В.В. Київ. Центр учбової літератури. 2019. 632 с.

10. Юрченко Н.Б., Кравчук Р.С., Запухляк І.Б., Василик І.І. Економіка підприємства: навч. посібник. Івано-Франківськ: ІФНТУНГ, 2019. 377 с.

**ПРОГРАМА КВАЛІФІКАЦІЙНОГО ІСПИТУ**

***«Економічний аналіз»***

Предмет і види економічного аналізу. Метод і методичні прийоми економічного аналізу.

Методи факторного аналізу.

Інформаційна база та організація економічного аналізу.

Аналіз ресурсозабезпечення підприємства та оцінка ефективності використання його ресурсів.

Аналіз інвестиційної діяльності підприємства. Аналіз ринку праці.

Аналіз виробництва продукції, робіт і послуг.

Аналіз витрат на виробництво продукції.

Аналіз фінансових результатів діяльності підприємства.

Аналіз фінансового стану підприємства.

**СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ**

***«Економічний аналіз»***

1. Адлер О.О., Лесько О.Й. Аналіз господарської діяльності: навч. посіб. Вінниця: ВНТУ, 2019. 114 с.

2. Волкова Н.А., Подвальна Н.Е., Семенова К.Д. Економічний аналіз: Навч. посібник. Одеса: ППЦ «Белка». 2020. 240 с.

3. Грицаєнко Г.І., Грицаєнко М.І. Аналіз господарської діяльності:  
навчальний посібник. Мелітополь: Люкс, 2021. 260 с.

4. Єгорова О.В., Дорогань-Писаренко Л.О., Тютюнник Ю.М. Економічний аналіз: навч. посіб. Полтава: РВВДПДАА, 2019. 290 с.

5. Кулик А.В. Теорія економічного аналізу: навч. посіб. / А.В. Кулик. К.: ДП «Вид. дім «Персонал», 2019. 452 с.

6. Міщук Г.Ю., Джигар Т.М., Шишкіна О.О. Економічний аналіз: навч. посібник. Рівне: НУВГП, 2019. 156 с.

7. Мулик Т.О., Материнська О.А., Пльонсак О.Л. Аналіз господарської діяльності. К.: «Центр учбової літератури», 2019. 384 с.

8. Основи економічного аналізу: навч.-метод. посібник / В.М. Микитюк, Т.М. Паламарчук,О. П. Русак [ та ін.]; за ред. В.М.Микитюка. Житомир: Рута, 2019. 440 с.

9. Синькевич Н.І. «Економічний аналіз»: Курс лекцій. Тернопіль: ТНТУ імені Івана Пулюя, 2019. 97 с.

10. Черниш С.С. Економічний аналіз: навчальний посібник / Черниш С.С. К.:ЦУЛ. 2019. 312 с.

**ПРОГРАМА КВАЛІФІКАЦІЙНОГО ІСПИТУ**

***«Маркетинг»***

Походження і сутність маркетингу. Комплекс маркетингу, основні функції та види маркетингу. Концепції маркетингу.

Маркетингове середовище, мікросередовище та його елементи. Макросередовище та його фактори.

Сутність маркетингового дослідження. Етапи здійснення маркетингових досліджень. Роль маркетингових досліджень.

Сутність товару та його рівні. Класифікація товарів. Життєвий цикл товару. Конкурентоспроможність товару. Товарні марки: роль, вибір, класифікація, застосування. Упаковка як елемент товару. Сервісне обслуговування.

Сутність ціни та фактори, що на неї впливають. Методи ціноутворення. Знижка як елемент ціноутворення.

Сутність каналів розподілу, їх функції та характеристики. Оптова торгівля: функції та класифікація. Роздрібна торгівля: функції та класифікація.

Комплекс маркетингових комунікацій: складові і фактори, що визначають їх ефективність. Стимулювання збуту. Персональний продаж. Реклама.

Організація маркетингу на підприємстві. Мета та методи маркетингового контролю. Ревізія маркетингу.

**СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ**

***«Маркетинг»***

1. Бойчук І.В., Дмитрів А.Я. Маркетинг промислового підприємства. ЦУЛ, 2019. 360 с.

2. Кібік О.М., Котлубай В.О., Хаймінова Ю.В., Нестерова К.С.,  
Калмикова Н.Ю. Маркетинг: навч.-метод. посібн. Одеса, 2020. 68 с.

3. Котлер Ф. Маркетинг: від А до Я. Альпіна Паблішер Україна. 2021. 252 с.

4. Котлер Ф., Армстронг Г. Основи маркетингу. Диалектика. 2020. 880 с.

5. Маркетинг. Бакалаврський курс. Підручник. Під ред. С. Ілляшенко. Університетська книга, 2019. 1134 с.

6. Маслій Н.Д. Маркетинг: навчально-методичний посібник для студентів економічних спеціальностей вищих навчальних закладів / Н.Д.Маслій. Одеса: Астропринт, 2019. 184 с.

7. Парсяк В.Н. Маркетинг: сучасна концепція та технології: підручник.  
Херсон: ОЛДІ-ПЛЮС. 2019. 326 с.

8. Петруня Ю.Є. Маркетинг: навчальний посібник / Ю.Є. Петруня, В.Ю. Петруня. 3-тє вид., переробл. і доповн. Дніпропетровськ: Університет митної справи та фінансів, 2020. 362 с.

9. Писаренко В.В., Багорка М.О. Стратегічний маркетинг: навч.посіб . – Дніпро: Видавець, 2019. 240 с.

10. Сенишин О.С., Кривешко О.В. Маркетинг: навч. посібник. Львів :  
Львівський національний університет імені Івана Франка, 2020. 347 с.

**ЕКЗАМЕНАЦІЙНІ ПИТАННЯ ДО КВАЛІФІКАЦІЙНОГО ІСПИТУ**

***МЕНЕДЖМЕНТ***

1. Сутність менеджменту, його завдання і види.
2. Рівні управління.
3. Комунікації у менеджменті.
4. Методи управління.
5. Менеджмент як система.
6. Розробка та ухвалення управлінських рішень.
7. Функції менеджменту.
8. Планування як загальна функція менеджменту.
9. Організація як загальна функція менеджменту.
10. Мотивація у менеджменті.
11. Контроль у системі менеджменту.
12. Управління конфліктами.
13. Управління змінами і стресами.
14. Операційний менеджмент у системі управління підприємством.
15. Стратегічний менеджмент.
16. Влада та лідерство в менеджменті.
17. Ефективність менеджменту організації.
18. Поняття креативного менеджменту.
19. Роль менеджера в організації.
20. Особливості побудови орг.структур на підприємстві.

**ЕКЗАМЕНАЦІЙНІ ПИТАННЯ ДО КВАЛІФІКАЦІЙНОГО ІСПИТУ**

***ОРГАНІЗАЦІЯ ВИРОБНИЦТВА***

1. Сутність, завдання та напрями організації виробництва.
2. Виробнича структура підприємства.
3. Просторове розміщення підприємства.
4. Виробничий процес, його протікання у часі.
5. Основні принципи організації виробничого процесу.
6. Види руху предметів праці у виробництві.
7. Виробничий цикл і його структура.
8. Типи виробництва.
9. Методи організації виробництва.
10. Завдання та cтруктура ремонтного господарства підприємства.
11. Ремонт та якісне обслуговування устаткування.
12. Організація, завдання і структура інструментального господарства підприємства.
13. Цілі, завдання і структура транспортного обслуговування на підприємстві.
14. Цілі, завдання і структура матеріально-технічного забезпечення виробництва.
15. Характеристика складського господарства підприємства.
16. Головні завдання та структура енергетичного господарства підприємства.
17. Організація і нормування праці.
18. Організація оплати праці.
19. Якість продукції, показники і методи оцінки її рівня.
20. Організація управління якістю продукції і забезпечення конкурентоспроможності підприємства.

**ПРАКТИЧНІ ЗАВДАННЯ**

**Задача 1**

Визначити виробниче завдання пакувальної дільниці.

Дані для розрахунку:

- цех має три потокові лінії;

- норма використання кожної лінії - 8т / зміна;

- відходи виробництва складають - 2 %;

- продукція пакується у контейнери вагою -12 кг.

**Задача 2**

Розрахувати коефіцієнт використання потужності основного обладнання підприємства.

Дані для розрахунку:

- плановий випуск продукції - 2400 т;

- режим роботи двохзмінний;

- річний фонд робочого часу підприємства - 245 днів;

- норма використання обладнання - 6 т за зміну.

**Задача 3**

Розрахувати місячну заробітну плату робітника IV розряду, праця якого оплачується за погодинно-преміальною системою, якщо відомо, що за місяць робітник відпрацював 21 день. За високу якість роботи йому повинна бути премія 30%. Погодинна тарифна ставка I розряду 38,41 грн. Тарифний коефіцієнт IV розряду – 1,34. Тривалість робочої зміни – 8 год.

**Задача 4**

На пакувальних операціях працюють 3 робітники. Перевірити правильність розрахунку чисельності пакувальників на дільниці.

Дані для розрахунку:

- для пакування одного коробу витрачається -1,5 хв.;

- кількість коробів за зміну - 800;

- підготовчо-заключний час на перерви та відпочинок складають - 30 хв. за зміну.

**Задача 5**

Визначити виробіток на одного працюючого у плановому році та очікуваний відсоток зростання продуктивності праці.

Підприємство у звітному році випустило продукції на суму 12 млн грн. При цьому виробіток на одного працюючого склав 4000 грн. Наступного року підприємство планує знизити чисельність працюючих на 50 осіб порівняно зі звітним роком.

**Задача 6**

Визначте коефіцієнти придатності та зносу основних фондів за наступними даними: первісна вартість основних виробничих фондів – 348 тис.грн., нараховані за період експлуатації амортизаційні відрахування – 48 тис.грн.

**Задача 7**

На підприємстві на початок року вартість основних виробничих фондів складала 9500 грн. Протягом червня списано у зв’язку зі зносом основних виробничих фондів на суму 800 грн. і введено в дію нових основних виробничих фондів на суму 400 грн. Річний обсяг товарної продукції склав 20700 грн. за середньоспискової чисельності 23 особи. Визначити фондовіддачу, фондомісткість та фондоозброєність підприємства.

**Задача 8**

Заходи щодо покращення організації праці сприяли скороченню чисельності робітників на 12 осіб. Плановий обсяг продукції становить 12 300 тис.грн. Продуктивність праці за звітними даними – 32 тис.грн. Розрахувати чисельність робітників у плановому році та підвищення продуктивності праці.

**Задача 9**

Розрахувати нормативи запасів і середню норму запасу для наведених видів сировини (табл. 1)

Таблиця 1

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Види сировини | Поточний запас,  днів | Транспортний запас, днів | Страховий запас,  днів |
| 1. Борошно | 14 | 2 | 9 |
| 2. Цукор-пісок | 25 | 10 | 7 |

Споживання борошна і цукру-піску за квартал відповідно становить 7200 тис.грн і 540 тис.грн.

**Задача 10**

Визначити загальний коефіцієнт зносу обладнання, якщо його початкова вартість складає 30 тис. грн, відновна вартість – 25 тис. грн, вартість чергового капітального ремонту – 12 тис.грн.

**Задача 11**

Заходи щодо покращення організації праці сприяли скороченню чисельності робітників на 12 осіб. Плановий обсяг продукції становить 12 300 тис.грн. Продуктивність праці за звітними даними – 32 тис.грн. Розрахувати чисельність робітників у плановому році та підвищення продуктивності праці.

**Задача 12**

У минулому році було виготовлено продукції на суму 2210 млн грн. У плановому році її випуск передбачають збільшити на 5 %. Чисельність працюючих у минулому році складала 2500 осіб, а планом передбачено скоротити її на 50 осіб. Визначити, яке заплановане зростання продуктивності праці на підприємстві.

**Задача 13**

Річний обсяг випуску виробів становить 54 тис. шт./рік. Трудомісткість виробу знизиться з 52 до 47 хв./шт. Ефективний річний фонд робочого часу працівника 1860 год./рік, запланований коефіцієнт виконання норм виробітку 1,15. Визначити ріст продуктивності праці та відносне вивільнення робітників за рахунок зниження трудомісткості.

**Задача 14**

Підприємство щокварталу випускає продукції на суму 15 млн грн. У 1-му кварталі виробіток на одного працівника становив 5000 грн. У 2-му кварталі підприємство планує знизити кількість працюючих на 80 осіб порівняно з 1-м кварталом.

Визначити виробіток на одного працівника у 2-му кварталі та очікуваний процент зростання продуктивності праці.

**Задача 15**

Розрахувати показники рентабельності за даними табл. Середньорічна вартість основних фондів 145 тис. грн., оборотних коштів 20,5 тис. грн.

Дані для розрахунку

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Вихідні дані для розрахунків | | |  |
| Виріб/  показник | Річний обсяг реалізації, т | Повна собівартість виробу, грн | Відпускна ціна, грн | Вага виробу, кг |
| А | 7000 | 0,63 | 0,75 | 0,9 |
| Б | 6200 | 0,49 | 0,55 | 1,0 |
| В | 3500 | 0,43 | 0,50 | 0,5 |
| Г | 10000 | 0,23 | 0,30 | 0,2 |

**Задача 16**

На плановий період підприємством укладено договір на поставку металу обсягом 8 тон. Середня вага виробу – 0,85 кг. Коефіцієнт використання металу 0,72. 30% відходів металу можуть повторно використовуватись у виробництві. На плановий період підприємство має доставити споживачам 7500 шт. металовиробів.

Яку кількість металу підприємству потрібно придбати додатково?

**Задача 17**

Період поставки 8 днів, а період зриву поставки 2 дні. Для забезпечення виконання денної програми слід використати 960 кг борошна, при тому його втрати становлять 2%. Протягом місяця хлібозавод працює 25 робочих днів.

Визначити місячну потребу хлібозаводу в борошні, його середній і максимальний запас.

**Задача 18**

Річна витрата чорних металів на заводі становить 60 т. Метал надходить періодично протягом року шість разів. Страховий запас − 15 днів. Склад працює 260 днів на рік. Зберігається метал на складі на підлозі. Можлива маса вантажу на 1 м 2 площі підлоги − 2 т. Визначити необхідну загальну площу складу, якщо коефіцієнт її використання дорівнює 0,75.

**Задача 19**

Визначити виробничу потужність складальної дільниці, якщо відомо: корисна площа складального цеху – 200 м2; площа, яку займає один виріб – 3,5 м2, а робоча зона для складання одного виробу становить 30% від його площі. Тривалість складання одного виробу – 12 днів, режимний фонд часу складальної дільниці – 265 днів/рік.

**Задача 20**

У першому кварталі року підприємство реалізувало 5000 виробів за ціною 80 грн. за один виріб, що покрило витрати підприємства, але не дало прибутку. Загальні постійні витрати складають 70 000 грн, питомі змінні – 60 грн. В другому кварталі було виготовлено та реалізовано 6000 виробів. У третьому кварталі планується збільшити прибуток на 10 % у порівнянні з другим. Визначте, який обсяг продукції необхідно реалізувати, щоб збільшити прибуток на 10 %.

**ТЕСТОВІ ЗАВДАННЯ**

*ЕКОНОМІКА ПІДПРИЄМСТВ*

1. Підприємство – це:

а) самостійна, ініціативна діяльність спрямована на отримання прибутку;

б) форма організації бізнесу, де власником виступають акціонери;

в) організаційно-правова форма, за якої людина одноосібно володіє і управляє ним, отримує весь прибуток;

г) організаційно відокремлена та економічно самостійна ланка виробничої сфери економіки, що спеціалізується на виготовленні продукції, виконанні робіт та наданні послуг з метою отримання прибутку.

2. Про підприємця правильніше за все сказати, що це людина:

а) яка керує підприємством;

б) яка володіє контрольним пакетом акцій підприємства;

в) діяльність якої спрямована на одержання прибутку;

г) вирізняється заповзятливістю в діловій сфері.

3. Економічна функція підприємства полягає у:

а) забезпеченні неперервності процесу виробництва і постійному підвищенні його ефективності;

б) забезпеченні фінансової стійкості фірми на ринку, стимулюванні збуту і збільшенні прибутків;

в) турботі про колектив підприємства, маючи на меті підвищення ефективності його роботи;

г) немає правильних відповідей.

4. Валова продукція включає:

а) товарну продукцію;

б) реалізовану продукцію;

в) зміну обсягів незавершеного виробництва;

г) а, в.

5. Реалізована продукція включає:

а) готову продукцію на складі і товарну продукцію;

б) товарну продукцію;

в) товарну продукцію і зміну обсягу відвантаженої неоплачуваної продукції;

г) зміну обсягів незавершеного виробництва.

6. Суб’єктами підприємницької діяльності є:

а) громадяни України та інші юридичні особи;

б) товари;

в) послуги;

г) всі відповіді вірні.

7. Тип підприємця, який є висококваліфікованою робочою силою й одержує зарплату:

а) підприємець-власник;

б) підприємець-орендар;

в) підприємець-менеджер.

8. Організаційними формами підприємства є:

а) одноосібне володіння;

б) товариство (партнерство);

в) корпорація;

г) всі відповіді вірні.

9. Поєднання ресурсів виробництва в оптимальних пропорціях, здійснення контролю за їх використанням – це … функція підприємництва.

а) новаторська;

б) ресурсна;

в) організаційна;

г) економічна.

10. Запобігти ризику можна шляхом:

а) збільшення прибутку;

б) зниження витрат;

в) зменшення обсягу випуску продукції;

г) страхування.

11. Первинною ланкою у структурі національної економіки є:

а) сукупність юридичних осіб;

б) сукупність фізичних осіб;

в) підприємство;

г) працівник.

12. Головне завдання підприємства полягає у:

а) задоволенні потреб ринку з метою одержання прибутку;

б) ефективному використанні основних і оборотних засобів;

в) підвищенні продуктивності праці й ефективному використанні системи мотивації праці;

г) підвищенні якості продукції, що випускається.

13. Виберіть повний перелік ресурсів, необхідних для виробництва:

а) гроші, інструмент, обладнання,;

б) земля, капітал, підприємницькі здібності;

в) природні ресурси, трудові ресурси, капітал, підприємницькі здібності, інформація;

г) природні ресурси, фінансові ресурси, матеріальні ресурси.

14. Економічна єдність виражається у:

а) єдності всіх структурних підрозділів підприємства, включених у єдиний процес виготовлення продукції;

б) наявності постійного трудового колективу, організаційної структури й апарату управління, інформаційної бази тощо;

в) єдності методів господарювання, системи обліку та звітності, оцінки діяльності структурних підрозділів;

г) ваш варіант.

15. Укажіть, що належить до предметів праці:

а) цемент;

б) обладнання цеху;

в) приміщення заводу;

г) капітал.

16. Соціальна функція підприємства полягає у:

а) забезпеченні неперервності процесу виробництва і постійному підвищенні його ефективності;

б) забезпеченні фінансової стійкості фірми на ринку, стимулюванні збуту і збільшенні прибутків;

в) турботі про колектив підприємства, маючи на меті підвищення ефективності його роботи;

г) немає правильних відповідей.

17. Угода, яка укладається між 2 і більше засновниками щодо створення підприємства - це:

а) колективний договір;

б) трудовий договір;

в) статут підприємства;

г) установчий договір.

18. Промислове підприємство – це ланка, яка характеризується:

а) стабільністю показників роботи;

б) виробничо-технічною та економічною єдністю;

в) ритмічністю випуску продукції;

г) статутним фондом.

19. Основною виробничою одиницею підприємства є:

а) відділ;

б) дільниця;

в) автоматична лінія;

г) робоче місце.

20. Виробничо-технологічна функція підприємства полягає у:

а) забезпеченні неперервності процесу виробництва і постійному підвищенні його ефективності;

б) забезпеченні фінансової стійкості фірми на ринку, стимулюванні збуту і збільшенні прибутків;

в) турботі про колектив підприємства, маючи на меті підвищення ефективності його роботи;

г) немає правильних відповідей.

21. Найпростіша форма договірного об'єднання підприємств:

а) асоціація;

б) корпорація;

в) холдинг;

г) консорціум.

22. За формою власності підприємства класифікують:

а) комерційні, приватні, державні, акціонерні, змішані;

б) комунальні, спільні, промислові, транспортні, некомерційні;

в) національні, іноземні, змішані, колективні, спільні;

г) приватні, колективні, державні, спільні, комунальні.

23. Основні функції підприємства:

а) виробничо-технологічна, комунікаційна, інформаційна, соціальна;

б) соціальна, організаційно-правова, економічна, виробнича;

в) виробничо-технологічна, економічна, соціальна, зовнішньоекономічна;

г) інформаційна, організаційно-правова, виробничо-технологічна, соціальна.

24. Види підприємств за правовим статусом і формою господарювання:

а) приватні, колективні, державні, спільні, комунальні;

б) орендні, одноосібні, кооперативні, господарські товариства;

в) акціонерні, приватні, державні, спільні;

г) малі, середні, великі.

25. Можливість електронної реєстрації підприємств передбачена з:

а) 2011 року;

б) 2013 року;

в) 2015 року;

г) 2017 року.

26. Статут затвержується:

а) власником майна (засновником);

б) державним реєстратором;

в) головним бухгалтером;

г) головним економістом.

27. Для обчислення обсягу виробництва і реалізації продукції використовують такі показники:

а) натуральні;

б) вартісні;

в) умовно-натуральні;

г) а, б, в.

28. Фізичний знос основних засобів - це:

а) поступове перенесення їхньої вартості на собівартість виготовленої продукції;

б) втрата частини вартості фондів під впливом НТП;

в) матеріальний знос основних засобів, унаслідок чого вони перестають відповідати необхідним вимогам;

г) погіршення основних техніко-експлуатаційних параметрів.

29. Мінімальна заробітна плата в Україні на 1 січня 2022 року становить:

а) 6000 грн;

б) 6500 грн;

в) 6700 грн;

г) 6950 грн.

30. Ефективність виробництва забезпечується за рахунок:

а) оптимізації витрат на виробництво;

б) мінімізації витрат на виробництво;

в) максимізації витрат на виробництво;

г) раціонального використання ресурсів.

31. Рентабельність - це:

а) абсолютний показник ефективної діяльності підприємства;

б) відносний показник ефективної діяльності підприємства;

в) повна собівартість одиниці продукції;

г) показник ефективності використання основних засобів.

32. Ефективність виробництва визначається:

а) кількістю продукції, виготовленої за одиницю часу;

б) співвідношенням доходів і витрат за певний проміжок часу;

в) кількістю фізичної та розумової праці людини, затраченої на виробництво одиниці продукції;

г) співвідношенням обсягів виготовленої продукції до затрат виробництва.

33. Калькулювання – це…

а) план витрат підрозділу на виконання угоди;

б) план витрат підрозділу на виробництво продукції за плановий період незалежно від ступеня її готовності;

в) визначення собівартості одиниці продукції;

г) формування витрат з точки зору внутрішніх потреб виробництва.

34. Якість продукції – це:

а) система заходів і дій, які забезпечують визначення та підтримання необхідного рівня якості продукції при її проектуванні, виготовленні і споживанні;

б) кількісна характеристика властивостей продукції, які визначаються певними умовами її виготовлення;

в) сукупність властивостей, які задовольняють споживача.

г) грошовий вираз вартості виготовленої продукції.

35. Показник економічної ефективності виробництва:

а) рентабельність;

б) ліквідність;

в) платоспроможність;

г) фондовіддача.

36. Яку з наведених відповідей слід вважати правильною:

а) виробнича програма має відповідати виробничій потужності;

б) виробнича програма може перевищувати виробничу потужність;

в) виробнича програма може бути меншою, ніж виробнича потужність;

г) всі відповіді вірні.

37. Бізнес-план підприємства – це:

а) план виробництва і реалізації продукції на наступний рік;

б) план, спрямований на обмеження використання ресурсів.

в) план, спрямований на отримання максимального прибутку, і система заходів та дій узгоджених ресурсами.

г) всі відповіді вірні.

38. Показник економічної ефективності виробництва:

а) рентабельність;

б) ліквідність;

в) платоспроможність;

г) фондовіддача.

39. Укажіть, у чому полягає перевага малих підприємств перед іншими:

а) у них порівняно з великими підприємствами вища продуктивність праці;

б) вони здатні самостійно здійснювати науково-технічні розробки і швидко впроваджувати їх у виробництво;

в) вони здатні швидко переорієнтовувати свою діяльність залежно від ринку;

г) порівняно із середніми та великими підприємствами вони виготовляють більший асортимент виробів.

40. Основними шляхами зниження собівартості продукції є:

а) збільшення обсягу реалізації;

б) підвищення якості продукції;

в) економне використання матеріальних ресурсів;

г) а, в.

*МАРКЕТИНГ*

1. Концепція маркетингу – це:

а) система зв'язків виробника і споживач а товару;

б) наукова система надання послуг;

в) орієнтована на споживача інтегрована цільова філософія індивідуального економічного суб’єкта;

г) одержання взаємної вигоди суб’єктів маркетингу та клієнтури.

2.Концепція соціально-етичного маркетингу вимагає від суб’єктів ринку узгодженості таких факторів:

а) задоволення потреб споживачів, отримання прибутку та збереження добробуту суспільства;

б) задоволення потреб держави та споживачів, отримання прибутку;

в) комерційних зусиль, заходів стимулювання та задоволення потреб споживачів;

г) задоволення потреб соціуму та дотримання етичних норм.

3.Місткість ринку будь-якого товару може вимірюватися:

а) як у грошових,так і у натуральних одиницях;

б) у грошових одиницях;

в) у натуральних одиницях;

г) інший вимір.

4. Маркетинг слід розглядати як:

а) інструмент підвищення ефективності та результативності системи будь-якої сфери, пов’язаної з обслуговуванням людини, клієнта;

б) засіб забезпечення ефективності торгівлі;

в) комплекс результативних дій підприємства на ринку;

г) знаряддя забезпечення ефективності сфери обміну.

5. Макромаркетинг – це:

а) заходи маркетингу в національному масштабі, спрямовані на поліпшення якості життя людини та суспільства;

б) засіб більш раціонального використання ресурсів країни;

в) інструмент задоволення потреб людини на коротко- і довгострокову перспективу;

г) спосіб поліпшення якості товарів та послуг національних виробників.

6.Переваги маркетингової концепції:

а) спочатку вивчаються запити ринку, а потім виготовляється товар;

б) задоволення запитів покупців;

в) намагання максимально задовольнити сьогоденні потреби споживачів;

г) гарантія прибутку фірми.

7. Передумови запровадження соціальної концепції маркетингу:

а) готовність фірми поступитися частиною сьогоденних прибутків для виготовлення товарів, які б враховували довгострокові цілі споживача, суспільства;

б) не завжди задоволення сьогоденної потреби людини збігається із задоволенням потреби на тривалий період життя;

в) не завжди задоволення потреб людини збігається з інтересами суспільства;

г) усі відповіді правильні.

8. Які із зазначених чинників можуть спонукати або навіть остаточно переконати керівництво запровадити маркетинг на підприємстві?

а) сповільнення темпів зростання проданих товарів, прибутків;

б) зміна попиту на товар, зростання витрат на продаж товарів;

в) загострення конкурентної боротьби на ринку;

г) усі відповіді правильні.

9. У чому полягає обмеження можливостей застосування маркетингу на сучасному вітчизняному ринку?

а) на незрілому ринку можливий тільки незрілий маркетинг;

б) маркетинг доцільний переважно на експортних для України ринках;

в) кваліфікований маркетинг може бути здійснений тільки піц керівництвом визнаних закордонних фахівців;

г) маркетинг на українському ринку – поки чисто теоретична дисципліна і стане необхідним в мірі виходу економіки України на рівень економічно розвинених країн.

10. Фірма «Технологія XXI» бажає впровадити методи сучасного маркетингу. Який девіз найбільш відповідатиме новому стилю діяльності?

а) покупець завжди правий;

б) наш бізнес – роби гроші;

в) продавай, продавай, продавай;

г) встановлюй ціни нижчі.

11. Макросередовище маркетингу фірми не визначають:

а) внутрішньо корпоративні взаємини на фірмі;

б) природи і та науко-технічні фактори;

в) економічні фактори;

г) фактори і культурного середовища.

12. До основних елементів комплексу маркетингу належать:

а) товар, ціна, методи розповсюдження та комунікації;

б) потреба, попит, товар;

в) попит, сукупність існуючих та потенційних покупців;

г) ціна, методи розповсюдження та методи просування.

13. Маркетингова діяльність фірми полягає у:

а) діях, спрямованих на освоєння нових ринків, активізацію потенційних можливостей обміну;

б) виявленні та задоволенні потреб і запитів клієнтів, пошуку нових способів їх задоволення;

в) створенні невідомих для клієнтів потреб та їх задоволенні;

г) усі відповіді правильні.

14. Якщо продукція Вашої фірми функціонує на місцевому ринку (хліб, молоко та ін.), то варто врахувати думку, насамперед, таких контактних аудиторій:

а) місцевої преси та громадських груп, об’єднань;

б) споживачів товарів, які продукує Ваша фірма;

в) внутрішньої контактної аудиторії (робітників і службовців фірми);

г) Усі відповіді правильні.

15. Мета системи маркетингу:

а) поліпшення якості життя суспільства;

б) досягнення максимуму споживання товарів;

в) збільшення задоволення потреб споживачів;

г) усі відповіді правильні.

16. Маркетингові цілі підприємства:

а) збільшення частки підприємства на ринку;

б) створення іміджу підприємства та його товарів;

в) досягнення максимального прибутку;

г) усі відповіді правильні.

17. Поняття «конкуренція» найкраще характеризують такі ознаки:

а) боротьба виробників, торговців за ринки збуту;

б) форма розвиту продуктивних сил;

в) комерційне суперництво фірм;

г) усі відповіді правильні.

18. Для ринку покупця характерні:

а) конкуренція виробників, продавців та економічна свобода дій фірми на ринку;

б) конкуренція серед покупців;

в) адміністративні дії, в межах яких працюють фірми на ринку;

г) правильної відповіді немає.

19. Які з нецінових методів конкурентної боротьби можуть бути застосовані в торговельній сфері?

а) високоякісне обслуговування покупців;

б) новизна товару;

в) висока якість товару;

г) сучасне упакування товару.

20. Закон попиту являє собою таку залежність:

а) коли ціна товару падає, обсяг планованих закупівель, як правило, росте;

б) зростання доходів споживач і веде до того, що вони починають купувати більше товарів;

в) перевищення пропозиції над попитом, як правило, веде до зниження ціни на товар;

г) крива попиту має позитивний нахил.

21. Еластичність пропозиції залежить, головним чином, від:

а) періоду часу, протягом якого продавці можуть пристосуватися до зміни ціни;

б) числа товарів – замінників даного товару;

в) того, чи є даний товар предметом першої необхідності або розкоші;

г) того, чи відноситься даний товар до предметів тривалого користування або повсякденного споживання.

22. Маркетингове дослідження вимагає сукупності таких складових:

а) інформація, методика дослідження, виконавці;

б) фінансування, організація, працівники;

в) термін дослідження, досвід дослідника, ресурси;

г) усі відповіді правильні.

23. Відзначте способи одержання первинної інформації:

а) спостереження, експеримент, опитування;

б) ведення статистичного обліку;

в) ведення оперативного обліку;

г) усі відповіді правильні.

24. У яких випадках при складанні анкети слід користуватися непрямими запитаннями?

а) нема переконаності, що респондент дасть достовірну, неперекручену інформацію;

б) якщо інформація, яку планується зібрати, незначна за обсягом;

в) працюватимуть інтерв’юери високого професійного рівня;

г) група інтерв’юерів недостатня для опитування.

25. Яким чином визначається головний конкурент?

а) за величиною частки ринку;

б) за найкращим співвідношенням між об'ємами продажу і пропозиції;

в) за об’ємом пропозиції;

г) за рівнем споживчих властивостей товару.

26. Модифікація комплексу маркетингу, зокрема, за рахунок зниження ціни найбільш характерна для етапу життєвого циклу товару:

а) зрілості;

б) виведення на ринок;

в) зростання;

г) спаду.

27. Товарний асортимент характеризують за допомогою ознак:

а) ширини, глибини, насиченості, гармонійності;

б) глибини,ширини, стабільності, насиченості, безпеки;

в) ширини, насиченості, безпеки, нешкідливості;

г) глибини, ширини, стабільності, насиченості.

28. Товар «з підкріпленням» передбачає:

а) гарантії, поставки, кредитування, монтаж;

б) рівень якості;

в) специфічне оформлення, марочну назву;

г) гарантії, специфічне оформлення, марочну назву.

29. Товар знаходиться на етапі зростання. Який із перерахованих нижче заходів найдоцільніше застосувати?

а) маркетингові заходи (реклама, стимулювання збуту, виставки, ярмарки);

б) зниження ціни товару;

в) пошук нових сегментів ринку;

г) зменшення витрат на комунікації.

30. Широтою товарного асортименту називається:

а) загальна чисельність груп товарів в асортименті;

б) загальна чисельність варіантів пропозиції всіх товарів;

в) ступінь розмаїтості то варів різних асортиментних груп;

г) жодна відповідь не вірна.

31. Глибина товарного асортименту – це:

а) кількість варіантів пропозиції кожного окремого товару в рамках асортиментної групи;

б) довжина параметричного ряду товарів;

в) ступінь індивідуалізації товарів за запитами споживачів;

г) сукупність всіх асортиментних груп товарів.

32. Кольоровий телевізор – це товар:

а) попереднього вибору;

б) повсякденного попиту;

в) особливого попиту;

г) пасивного попиту.

33. Життєвий цикл товару – це:

а) сукупність фаз впровадження товару на ринок, росту продажу, зрілості товару і спаду продажів;

б) інтервал часу від моменту придбання до моменту утилізації, припинення існування товару;

в) інтервал часу, у якому попит на сезонний товар проходить усі можливі фази і повертається до вихідної точки;

г) процес розвитку продажів товару й одержання прибутків.

34. Максимальна ціна товару визначається:

а) величиною попиту на товар;

б) максимальними претензіями на прибуток, що існують у даній галузі виробництва;

в) цінами конкурентів на аналогічний товар;

г) найвищим рівнем сукупних витрат.

35. Мінімальна ціна товару визначається:

а) рівнем змінних витрат;

б) місткістю ринку товару;

в) рівнем сукупних витрат фірми;

г) коефіцієнтом еластичності попиту.

36. Який ринок відповідає положенню, коли попит перевищує пропозицію?

а) ринок продавця;

б) ринок споживача;

в) ринок цінних паперів;

г) ринок товарів.

37. До завдань, що вирішуються за допомогою маркетингу відносяться:

а) аналіз, оцінка та прогнозування стану та розвитку ринків, на яких фірма реалізує або планує реалізовувати свої товари та послуги;

б) аналіз витрат підприємства;

в) боротьба з конкурентами;

г) аналіз прибутків підприємства.

38. Концепція інтенсифікації комерційних зусиль стверджує:

а) витрати на виробництво товару були мінімальні, а ціни – доступні як можна більшій кількості покупців;

б) товари мали найвищу якість та експлуатаційні характеристики;

в) зусилля у сфері збуту та стимулюванні покупців були максимальні;

г) вміти виявляти та задовольняти потреби споживачів, краще ніж це роблять конкуренти.

39. Концепція соціально-етичного маркетингу вимагає від суб’єктів ринку:

а) прагнення держави, товаровиробників і споживачів до збільшення своїх доходів;

б) прагнення товаровиробників щодо збільшення своїх доходів за рахунок створення дефіциту пропозиції товару;

в) прагнення держави контролювати виробництво товарів;

г) задоволення потреб споживачів, одержання товаровиробником прибутку та виконання вимог суспільства щодо збереження довкілля.

40. Основні відмінності концепції маркетингу від інших концепцій:

а) перед підприємством не постає завдання задоволення потреб певного прошарку споживачів;

б) задоволення потреб певного прошарку споживачів вимагає проведення цілого комплексу маркетингових досліджень для їх виявлення;

в) головне завдання підприємства полягає в тому, щоб досягти певного обсягу продажу своїх товарів;

г) комплекс заходів по задоволенню попиту не повинен викликати повторні закупки продукції.

*ЕКОНОМІЧНИЙ АНАЛІЗ*

1. Фінансовий стан підприємства – це:

а) система показників його фінансової конкурентоспроможності;

б) система показників оцінки його фінансової спроможності;

в) система показників оцінки його ділової активності;

г) система показників оцінки його ліквідності;

д) система показників оцінки його майнового стану.

2. Найбільш ліквідними активами є

а) оборотні активи;

б) необоротні активи;

в) дебіторська заборгованість;

г) грошові кошти;

д) запаси підприємства.

3. Для оцінки ліквідності підприємства застосовують такі показники:

а) коефіцієнт абсолютної ліквідності;

б) коефіцієнт стійкості фінансування;

в) коефіцієнт автономії;

г) коефіцієнт покриття;

д) коефіцієнт фінансової залежності.

4. Які чинники впливають на обсяг виробництва продукції:

а) усі чинники пов’язані з працею, засобами та предметами праці;

б) забезпеченість робочою силою та її використання;

в) впровадження нової техніки та її використання;

г) забезпеченість паливом та матеріалом;

д) виробнича структура підприємства.

5. Виконання плану за асортиментом продукції здійснюється за допомогою:

а) коефіцієнта структурної активності;

б) коефіцієнта структурних зрушень;

в) коефіцієнта інтенсивності змін в асортименті;

г) коефіцієнта асортиментності.

6. Який показник показує, яку кількість продукції в натуральному вираженні можна виготовити на одиниці обладнання?

а) коефіцієнт інтенсивного використання обладнання;

б) коефіцієнт екстенсивного використання обладнання;

в) коефіцієнт інтегрального використання обладнання;

г) показник напруженості використання устаткування;

д) коефіцієнт змінності роботи устаткування.

7. Порівняти показники одного року із показниками іншого дозволяє:

а) аналіз із використанням коефіцієнтів;

б) вертикальний аналіз;

в) горизонтальний аналіз;

г) нормативний аналіз;

д) економіко-математичний аналіз.

8. Активи, що важко реалізуються - це:

а) кредиторська заборгованість за товари та послуги;

б) власний капітал;

в) необоротні активи;

г) запаси;

д) витрати майбутніх періодів.

9. Які з наведених тлумачень належать до наслідків порушення ритмічності виробництва?

а) перебої у постачанні сировини;

б) невиконання договірних умов, порушення ритмічності суміжних підприємств;

в) недостатньої кваліфікації робітників;

г) порушення технології виробництва;

д) всі відповіді вірні.

10. Заліковий обсяг в межах плану виконання договірних зобов’язань із відвантаження продукції у випадку невиконання плану визначається:

а) за фактичним обсягом відвантаження;

б) за показником недопоставки продукції;

в) відповідно до планових показників;

г) за показником виконання плану;

д) вірна відповідь відсутня.

11. Для характеристики інтенсивності структурних змін продукції використовують коефіцієнт:

а) коефіцієнта структурної активності;

б) коефіцієнта структурних зрушень;

в) коефіцієнта інтенсивності змін в асортименті;

г) коефіцієнта асортиментності.

12. Який показник характеризує ефективність використання основних виробничих засобів працівниками підприємства:

а) фондовіддача;

б) фондомісткість;

в) фондоозброєність;

г) коефіцієнт рентабельності основних засобів.

13. Аналіз використання виробничих потужностей здійснюється за допомогою таких показників:

а) загального коефіцієнта використання виробничих потужностей;

б) інтегрального коефіцієнта використання виробничих потужностей;

в) коефіцієнта максимального завантаження виробничих потужностей;

г) інтенсивного коефіцієнта використання виробничих потужностей ;

д) вірна відповідь відсутня.

14. З метою характеристики використання часу роботи обладнання розраховують такі показники:

а) коефіцієнт інтенсивного використання робочого часу;

б) коефіцієнт використання календарного фонду часу;

в) коефіцієнт використання фактичного фонду часу;

г) коефіцієнт використання ефективного фонду часу;

д) коефіцієнт використання планового часу.

15. Найбільш строковими зобов’язаннями є:

а) кредиторська заборгованість за товари та послуги;

б) видані векселі;

в) власний капітал

г) доходи майбутніх періодів;

д) поточні зобов’язання за розрахунками.

16. Як відношення прибутку до середньорічної вартості основних виробничих засобів розраховується показник:

а) фондовіддачі;

б) фондоозброєності;

в) рентабельності основних засобів;

г) фондомісткості.

17. Термін «аналіз» походить від грецького слова «analysis», що в перекладі означає:

а) розмежування явища або процесу на складові елементи для вивчення їх як частини цілого;

б) поєднання окремих складових явища або процесу, виявлення зв’язків та залежностей між окремими частинами;

в) пошук та реалізацію резервів;

г) врахування реальних можливостей підприємства;

д) забезпечення збалансування основних складових процесу праці.

18. Інформаційною базою фінансового аналізу є:

а) баланс;

б) звіт про фінансові результати;

в) звіт про рух грошових коштів;

г) звіт про власний капітал;

д) всі відповіді вірні.

19. Активи – це:

а) майно підприємства;

б) капітал підприємства;

в) основні засоби підприємства;

г) грошові кошти підприємства;

д) прибутки підприємства.

20. Аналіз асортименту та структури випуску продукції включає розгляд:

а) асортименту випуску продукції;

б) номенклатуру випуску продукції;

в) структури випуску продукції;

г) структурні зрушення;

д) всі відповіді правильні.

21. До узагальнюючих показників основних виробничих засобів відносяться:

а) коефіцієнт змінності роботи устаткування;

б) фондовіддача;

в) напруженість використання устаткування;

г) коефіцієнт інтегрального використання обладнання;

д) фондомісткість.

22. Який показник показує, яку кількість продукції було виготовлено за одиницю часу відповідно до технічної продуктивності одиниці обладнання:

а) резерв виробничої потужності;

б) коефіцієнт інтенсивного використання обладнання;

в) коефіцієнт змінності роботи устаткування;

г) коефіцієнт інтегрального використання обладнання;

д) вірна відповідь відсутня.

23. До об’єктів аналізу виробництва продукції не відносять:

а) техніку та технологію виробництва;

б) обсяг виробництва;

в) ритмічність виробництва;

г) якість продукції;

д) асортимент та структуру продукції.

24. Вартість усіх готових виробів і напівфабрикатів, виготовлених у звітному періоді із свого матеріалу і матеріалу замовника за вирахуванням вартості готових виробів і напівфабрикатів спожитих у виробництві - це:

а) реалізована продукція;

б) товарна продукція;

в) валова продукція ;

г) чиста продукція;

д) нормативна чиста продукція;

е) вірна відповідь відсутня.

25. До прямих показників ритмічності відносяться:

а) коефіцієнт аритмічності;

б) коефіцієнт інтенсивності;

в) коефіцієнт структурних змін;

г) коефіцієнт варіації;

д) коефіцієнт рівномірності.

26. Відношення середньорічної вартості основних засобів до вартості виготовленої продукції це показник:

а) фондомісткість;

б) фондоозброєність;

в) рентабельність основних фондів;

г) фондовіддача.

27. Продукція відвантажена покупцям та оплачена ними у поточному періоді це:

а) реалізована продукція;

б) товарна продукція;

в) валова продукція ;

г) чиста продукція;

д) нормативна чиста продукція.

28. Зростання показника аритмічності роботи підприємства свідчить про:

а) менш ритмічну роботу підприємства;

б) ритмічність роботи підприємства є високою;

в) стабільність виробничих процесів;

г) зростання обсягу виробництва продукції;

д) вірна відповідь відсутня.

29. Ринки збуту в залежності від споживачів продукції поділяються на:

а) регіональний ринок ;

б) зовнішній ринок;

в) місцевий ринок;

г) державний ринок;

д) внутрішній ринок.

30. Відношення вартості випущеної продукції у вартісному виражені до середньорічної вартості основних засобів називається:

а) фондомісткість;

б) фондоозброєність;

в) рентабельність основних фондів;

г) фондовіддача.

31. Відношення кількості працівників, які перебували в обліковому складі протягом всього звітного періоду до середньооблікової кількості штатних працівників називається:

а) коефіцієнт обороту із вибуття;

б) коефіцієнт плинності кадрів;

в) коефіцієнт загального обороту;

г) коефіцієнт обороту із приймання;

д) коефіцієнт стабільності кадрів.

32. Який показник обчислюється як відношення обсягу виготовленої продукції до суми матеріальних витрат?

а) рентабельність продукції;

б) матеріаловіддача;

в) матеріаломісткість;

г) оборотність;

д) рентабельність продаж.

33. Які чинники впливають на середню продуктивність праці:

а) чисельність працівників;

б) виробіток робітників основних професій та структура кадрового потенціалу підприємства;

в) виробнича потужність підприємства;

г) коефіцієнт змінності роботи підприємства;

д) середня заробітна плата.

34. Рух працівників аналізують за такими відносними показниками:

а) коефіцієнт змінності (загального обороту);

б) коефіцієнт плинності (надмірного обороту);

в) коефіцієнт необхідного обороту;

г) коефіцієнт оновлення;

д) коефіцієнт спрацювання.

35. Аналіз використання матеріальних ресурсів здійснюють за такими узагальнювальними показниками:

а) матеріаломісткість продукції;

б) матеріаловіддача продукції;

в) рівень відходів та браку продукції;

г) коефіцієнт корисного використання сировини;

д) енергомісткість виробництва.

36. Відношення обсягу виготовленої продукції до витрат часу на виробництво продукції у люд/год – це показник:

а) трудомісткості;

б) технологічної трудомісткості;

в) продуктивності;

г) середньо годинного виробітку;

д) середньоденного виробітку.

37. Відношення кількості осіб, які вибули за власним бажанням та за порушення трудової дисципліни до середньооблікової чисельності персоналу називається:

а) коефіцієнт обороту із вибуття;

б) коефіцієнт плинності кадрів;

в) коефіцієнт загального обороту;

г) коефіцієнт обороту із приймання;

д) коефіцієнт постійності кадрів.

38. Аналіз матеріальних ресурсів підприємства охоплює такі напрямки:

а) аналіз наявності та руху матеріальних ресурсів;

б) аналіз ефективності їх використання;

в) аналіз організаційно-технічного рівня підприємства;

г) аналіз впливу зміни матеріаловіддачі на обсяг виготовленої продукції;

д) аналіз оборотності товарних запасів.

39. Відношення кількості заново прийнятих на роботу та тих, що вибули, до середньооблікової чисельності персоналу називається:

а) коефіцієнт обороту зі вибуття;

б) коефіцієнт плинності кадрів;

в) коефіцієнт загального обороту;

г) коефіцієнт обороту із приймання;

д) коефіцієнт із приросту.

40. Який показник обчислюється як відношення суми матеріальних витрат до обсягу виготовленої продукції?

а) рентабельність продукції;

б) матеріаловіддача;

в) матеріаломісткість;

г) оборотність;

д) рентабельність продаж.

**Додаток А**

**ЗРАЗОК ЗАВДАННЯ ДО КВАЛІФІКАЦІЙНОГО ІСПИТУ**

Відокремлений структурний підрозділ

«Технічний фаховий коледж Луцького національного технічного університету»

Освітньо-професійний ступінь: фаховий молодший бакалавр

Галузь знань 07 Управління та адміністрування

Спеціальність 073 Менеджмент

**Кваліфікаційний іспит**

**Екзаменаційний білет № 1**

**І. Теоретичні завдання**

1. Виробнича структура підприємства

2. Влада та лідерство в менеджменті

**ІІ. Практичне завдання**

Розрахувати коефіцієнт використання потужності основного обладнання підприємства:

Дані для розрахунку:

- плановий випуск продукції - 2400 т;

- режим роботи двохзмінний;

- річний фонд робочого часу підприємства - 245 днів;

- норма використання обладнання - 6 т за зміну.

**ІІІ. Тестові завдання**

1. Підприємство – це:

а) самостійна, ініціативна діяльність спрямована на отримання прибутку;

б) форма організації бізнесу, де власником виступають акціонери;

в) організаційно-правова форма, за якої людина одноосібно володіє і управляє ним, отримує весь прибуток;

г) організаційно відокремлена та економічно самостійна ланка виробничої сфери економіки, що спеціалізується на виготовленні продукції, виконанні робіт та наданні послуг з метою отримання прибутку.

2. Основними шляхами зниження собівартості продукції є:

а) збільшення обсягу реалізації;

б) підвищення якості продукції;

в) економне використання матеріальних ресурсів;

г) а, в.

3. Бізнес-план підприємства – це:

а) план виробництва і реалізації продукції на наступний рік;

б) план, спрямований на обмеження використання ресурсів.

в) план, спрямований на отримання максимального прибутку, і система заходів та дій узгоджених ресурсами.

г) всі відповіді вірні.

4. За формою власності підприємства класифікують:

а) комерційні, приватні, державні, акціонерні, змішані;

б) комунальні, спільні, промислові, транспортні, некомерційні;

в) національні, іноземні, змішані, колективні, спільні;

г) приватні, колективні, державні, спільні, комунальні.

5. Концепція маркетингу – це:

а) система зв'язків виробника і споживач а товару;

б) наукова система надання послуг;

в) орієнтована на споживача інтегрована цільова філософія індивідуального економічного суб’єкта;

г) одержання взаємної вигоди суб’єктів маркетингу та клієнтури.

6. Основні відмінності концепції маркетингу від інших концепцій:

а) перед підприємством не постає завдання задоволення потреб певного прошарку споживачів;

б) задоволення потреб певного прошарку споживачів вимагає проведення цілого комплексу маркетингових досліджень для їх виявлення;

в) головне завдання підприємства полягає в тому, щоб досягти певного обсягу продажу своїх товарів;

г) комплекс заходів по задоволенню попиту не повинен викликати повторні закупки продукції.

7. Мінімальна ціна товару визначається:

а) рівнем змінних витрат;

б) місткістю ринку товару;

в) рівнем сукупних витрат фірми;

г) коефіцієнтом еластичності попиту.

8. Фінансовий стан підприємства – це:

а) система показників його фінансової конкурентоспроможності;

б) система показників оцінки його фінансової спроможності;

в) система показників оцінки його ділової активності;

г) система показників оцінки його ліквідності;

д) система показників оцінки його майнового стану.

9. Який показник обчислюється як відношення суми матеріальних витрат до обсягу виготовленої продукції?

а) рентабельність продукції;

б) матеріаловіддача;

в) матеріаломісткість;

г) оборотність;

д) рентабельність продаж

10. Зростання показника аритмічності роботи підприємства свідчить про:

а) менш ритмічну роботу підприємства;

б) ритмічність роботи підприємства є високою;

в) стабільність виробничих процесів;

г) зростання обсягу виробництва продукції;

д) вірна відповідь відсутня.

Затверджено на засіданні випускової циклової комісії «Менеджмент»

Протокол № 11 від «13» червня 2022 року

Голова ВЦК \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Інна ДИНЬКО