

Міністерство освіти і науки України  
Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки  
Медико-біологічний факультет  
Кафедра лісового та садово-паркового господарства

**О. Л. Тоцька**

**МЕНЕДЖМЕНТ І МАРКЕТИНГ У ЛІСОВОМУ  
ТА САДОВО-ПАРКОВОМУ ГОСПОДАРСТВІ**

Збірник тестів

Електронне видання

Луцьк  
Східноєвропейський національний університет  
імені Лесі Українки  
2019

УДК [005:339.138]:635.927(076.1)

Т 63

Рекомендовано до друку науково-методичною радою Східноєвропейського національного університету ім. Лесі Українки (протокол № 4 від 18.12.2019 року).

**Рецензенти:**

**Ніколаєв І. В.** – кандидат економічних наук, доцент кафедри економічної теорії, маркетингу та економічної кібернетики Центральноукраїнського національного технічного університету;

**Шматковська Т. О.** – кандидат економічних наук, доцент кафедри обліку і аудиту Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки.

**Тоцька О. Л.**

Т 63 Менеджмент і маркетинг у лісовому та садово-парковому господарстві [Електронне видання]: збірник тестів. Луцьк: Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки, 2019. 40 с.

Наведено тестові питання для перевірки знань із теоретичного матеріалу дисципліни «Менеджмент і маркетинг у лісовому та садово-парковому господарстві».

Рекомендовано студентам другого курсу магістратури спеціальностей 205 «Лісове господарство», 206 «Садово-паркове господарство», за освітньо-професійними програмами «Лісове господарство», «Садово-паркове господарство».

УДК [005:339.138]:635.927(076.1)

© Тоцька О. Л., 2019

**ЗМІСТ**

Вступ .....	4
Тестові питання до теми 1 «Поняття та сутність менеджменту»	6
Тестові питання до теми 2 «Планування в організації» .....	9
Тестові питання до теми 3 «Організація як функція менеджменту» .....	12
Тестові питання до теми 4 «Мотивація як функція менеджменту»	15
Тестові питання до теми 5 «Управлінський контроль» .....	18
Тестові питання до теми 6 «Керівництво та лідерство» .....	21
Тестові питання до теми 7 «Сутність, основні складові та концепції маркетингу» .....	24
Тестові питання до теми 8 «Маркетингова товарна політика» .....	27
Тестові питання до теми 9 «Маркетингова цінова політика» .....	30
Тестові питання до теми 10 «Маркетингова політика розподілу»	33
Тестові питання до теми 11 «Основи маркетингової політики комунікації» .....	36

## ВСТУП

*Метою* викладання навчальної дисципліни «Менеджмент і маркетинг у лісовому та садово-парковому господарстві» є формування в студентів комплексу знань і практичних професійних навичок з менеджменту та маркетингу на підприємствах лісового й садово-паркового господарств.

Основними *завданнями* вивчення дисципліни «Менеджмент і маркетинг у лісовому та садово-парковому господарстві» є набуття теоретичних знань і підготовка фахівців лісового та садово-паркового господарств, які володіють знаннями й навичками з менеджменту та маркетингу.

До кінця навчання студенти будуть *компетентними* у таких питаннях:

*загальні компетентності:*

- здатність діяти на основі морально-етичних міркувань (мотивів);
- здатність генерувати нові ідеї (креативність);
- здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу;
- здатність працювати автономно;
- здатність організувати роботу відповідно до вимог безпеки життєдіяльності й охорони праці;

*спеціальні (фахові, предметні) компетентності:*

- здатність бізнес-планування діяльності підприємств лісового та садово-паркового господарства;
- здатність формування маркетингової товарної політики підприємств лісового та садово-паркового господарств;
- здатність формування маркетингової цінової політики підприємств лісового та садово-паркового господарств;
- здатність формування маркетингової політики розподілу підприємств лісового та садово-паркового господарств;
- здатність формування маркетингової політики комунікації підприємств лісового та садово-паркового господарств.

Тестові питання складені до таких тем:

*Тема 1.* Поняття та сутність менеджменту.

*Тема 2.* Планування в організації.

*Тема 3.* Організація як функція менеджменту.

*Тема 4.* Мотивація як функція менеджменту.

*Тема 5.* Управлінський контроль.

*Тема 6.* Керівництво та лідерство.

*Тема 7.* Сутність, основні складові та концепції маркетингу.

*Тема 8.* Маркетингова товарна політика.

*Тема 9.* Маркетингова цінова політика.

*Тема 10.* Маркетингова політика розподілу.

*Тема 11.* Основи маркетингової політики комунікації.

До кожної теми складено 15 тестових питань: 10 – першого рівня, п'ять – другого рівня. На всі питання тестів подано по чотири відповіді, серед яких або одна (на питання першого рівня), або декілька (на питання другого рівня) правильних.

Правильні відповіді на питання студенти мають знайти в рекомендованій літературі:

1. Кравченко В. О. Менеджмент: навч. посіб. Одеса: Атлант, 2013. 165 с.

2. Петруня Ю. Є. Петруня В. Ю. Маркетинг: навч. посіб. Вид. 3-тє, переробл. і допов. Дніпропетровськ: Університет митної справи та фінансів, 2016. 362 с.

## ТЕСТОВІ ПИТАННЯ ДО ТЕМИ 1 «ПОНЯТТЯ ТА СУТНІСТЬ МЕНЕДЖМЕНТУ»

*Питання першого рівня (одна правильна відповідь)*

1. Як називається цілеспрямований вплив на колектив працівників або окремих виконавців з метою виконання поставлених завдань і досягнення визначених цілей?

- а) управління;
- б) маркетинг;
- в) менеджмент;
- г) логістика.

2. Як називається управління, що характеризується певними функціональними пріоритетами?

- а) менеджмент;
- б) моніторинг;
- в) адміністрування;
- г) керування.

3. Як називається організаційна діяльність у сфері управління через організаційно-розпорядчі методи, що спираються на накази, розпорядження, установки, які надходять зверху?

- а) адміністрування;
- б) керування;
- в) управління;
- г) менеджмент.

4. Як називається група людей, діяльність яких свідомо, керовано або спонтанно координується для досягнення певної мети?

- а) фірма;
- б) підприємство;
- в) організація;
- г) установа.

5. Як називаються менеджери всіх рівнів управління, які реалізують функції менеджменту, розробляють методи менеджменту, приймають управлінські рішення тощо?

- а) фахівці;
- б) керівники;
- в) службовці;
- г) робітники.

6. Яка категорія працівників працює на забезпечення реалізації процесу управління?

- а) робітники;
- б) службовці;
- в) фахівці;
- г) керівники.

7. Яка категорія працівників виконує допоміжні функції у процесі управління?

- а) службовці;
- б) фахівці;
- в) робітники;
- г) керівники.

8. Яка категорія працівників безпосередньо займається створенням матеріальних цінностей, виконанням робіт, наданням послуг?

- а) керівники;
- б) фахівці;
- в) службовці;
- г) робітники.

9. Як називається фахівець, який професійно займається управлінською діяльністю в конкретній галузі функціонування підприємства, обіймає постійну керівну посаду та наділений повноваженнями?

- а) підприємець;
- б) менеджер;
- в) адміністратор;
- г) організатор.

10. Як називається людина, яка готова йти на ризик, новаторство, примноження багатства; регулює процес створення чого-небудь нового, яке має цінність; приймає на себе фінансову, моральну та соціальну відповідальність; отримує грошовий дохід і особисте задоволення досягненнями?

- а) менеджер;
- б) новатор;
- в) підприємець;
- г) ризик-менеджер.

*Питання другого рівня (декілька правильних відповідей)*

11. Які функції менеджменту відносять до основних?

- а) організацію;
- б) контроль;
- в) мотивування;

г) планування.

12. Які фактори впливу на організацію відносять до мікроекономічних?

- а) працівників;
- б) стан економіки;
- в) цілі;
- г) законодавчі акти.

13. Які фактори впливу на організацію відносять до макроекономічних?

- а) постачальників;
- б) політичні обставини;
- в) науково-технічний прогрес;
- г) особливості міжнародних економічних відносин.

14. Які етапи життєвого циклу організації виділяють науковці?

- а) «юність»;
- б) «старіння»;
- в) «відродження»;
- г) «дитинство».

15. Які якості менеджера відносять до професійно-ділових?

- а) здатність генерувати корисні ідеї;
- б) оперативність;
- в) внутрішній контроль;
- г) авторитетність.

## ТЕСТОВІ ПИТАННЯ ДО ТЕМИ 2 «ПЛАНУВАННЯ В ОРГАНІЗАЦІЇ»

*Питання першого рівня (одна правильна відповідь)*

1. Як називається процес визначення цілей діяльності організації та прийняття рішень щодо їх досягнення?

- а) прогнозування;
- б) планування;
- в) аналіз;
- г) моніторинг.

2. За яким критерієм плани класифікують на стратегічні, поточні, оперативні?

- а) ступенем конкретизації;
- б) часовим горизонтом планування;
- в) ступенем довіри;
- г) широтою охопленої сфери.

3. За яким критерієм плани класифікують на короткострокові, середньострокові, довгострокові?

- а) ступенем довіри;
- б) широтою охопленої сфери;
- в) часовим горизонтом планування;
- г) ступенем конкретизації.

4. За яким критерієм плани класифікують на завдання, орієнтири?

- а) ступенем конкретизації;
- б) ступенем довіри;
- в) широтою охопленої сфери;
- г) часовим горизонтом планування.

5. Як називається напрям розвитку організації, який відображений у всебічному комплексному плані, що призначений для здійснення її місії та досягнення її цілі?

- а) візія;
- б) план;
- в) тактика;
- г) стратегія.

6. З допомогою якої матриці можна визначити сильні та слабкі позиції організації?

- а) І. Ансоффа;
- б) SWOT-аналізу;
- в) БКГ;

г) Мак-Кінзі.

7. Яка базова стратегічна альтернатива здійснюється шляхом щорічного значного підвищення рівня короткострокових і довгострокових цілей над рівнем показників попереднього року?

- а) зростання (розширення);
- б) обмежене зростання (підтримка);
- в) скорочення;
- г) комбінація.

8. Яка базова стратегічна альтернатива полягає в установленні цілей від досягнутого, скоректованих з урахуванням інфляції?

- а) скорочення;
- б) комбінація;
- в) зростання (розширення);
- г) обмежене зростання (підтримка).

9. За якої базової стратегічної альтернативи рівень переслідуваних цілей установлюється нижчим від досягнутого в минулому?

- а) комбінація;
- б) скорочення;
- в) обмежене зростання (підтримка);
- г) зростання (розширення).

10. Яка матриця передбачає вибір стратегії підприємства за двома основними інтегральними параметрами: привабливість галузі та конкурентоспроможність підприємства?

- а) SWOT-аналізу;
- б) БКГ;
- в) Мак-Кінзі;
- г) І. Ансоффа.

*Питання другого рівня (декілька правильних відповідей)*

11. Які товари розрізняють на матриці БКГ?

- а) «Зірки»;
- б) «Слухняні діти»;
- в) «Дійні корови»;
- г) «Коти».

12. Які типи стратегічних позицій виділяє модель Мак-Кінзі?

- а) «проміжний»;
- б) «переможений»;
- в) «лідер»;
- г) «переможець».

13. Які стратегії розрізняють за місцем організації в конкурентній боротьбі?

- а) лідера;
- б) претендента на лідерство;
- в) новачка;
- г) послідовника.

14. Які стратегії розрізняють за ієрархією?

- а) загальнокорпоративну;
- б) функціональну;
- в) ділову;
- г) портфельну.

15. Які стратегії розрізняють за ступенем глобалізації?

- а) інтернаціоналізації;
- б) локалізації;
- в) регіоналізації;
- г) сегментації.

### ТЕСТОВІ ПИТАННЯ ДО ТЕМИ 3 «ОРГАНІЗАЦІЯ ЯК ФУНКЦІЯ МЕНЕДЖМЕНТУ»

*Питання першого рівня (одна правильна відповідь)*

1. Як називається вид управлінської діяльності, який відображає процес створення структури управління організацією?

- а) планування;
- б) організування;
- в) мотивування;
- г) структурування.

2. Як називається обмежене право використовувати ресурси підприємства (матеріальні, фінансові, трудові й ін.) і спрямовувати зусилля підлеглих працівників на виконання встановлених завдань?

- а) відповідальність;
- б) делегування;
- в) повноваження;
- г) обов'язки.

3. Як називається покладений на посадову особу обов'язок виконувати поставлені завдання та забезпечувати їх позитивне розв'язання?

- а) мотивування;
- б) відповідальність;
- в) повноваження;
- г) делегування.

4. Як називається впорядкована сукупність підрозділів, які формують рівні управління, їх взаємозв'язки та механізми управління організацією?

- а) план організації;
- б) структура організації;
- в) план управління;
- г) організаційна структура управління.

5. Яка організаційна структура управління складається із взаємопідпорядкованих органів у вигляді ієрархічної драбинки?

- а) функціональна;
- б) лінійно-штабна;
- в) лінійна;
- г) лінійно-функціональна.

6. Яка організаційна структура управління базується на ієрархії органів, які забезпечують виконання кожної функції управління на всіх рівнях?

- а) функціональна;
- б) лінійна;
- в) лінійно-функціональна;
- г) лінійно-штабна.

7. В якій організаційній структурі управління керівникові делегують повноваження з управління певним типом продукції?

- а) орієнтованій на споживача;
- б) продуктової;
- в) територіальній;
- г) проектній.

8. Які організаційні структури управління створюються тимчасово для розв'язання конкретного завдання?

- а) проектні;
- б) лінійні;
- в) функціональні;
- г) лінійно-штабні.

9. Як називається схематичне відображення організаційної структури управління, усіх зв'язків, які існують між підрозділами, службами та органами управління?

- а) схема;
- б) стенограма;
- в) органіграма;
- г) план.

10. Яким чином в органіграмах зображуються лінійні зв'язки?

- а) безперервною лінією;
- б) перервною лінією;
- в) прямою у формі «тире-крапка»;
- г) прямою у формі «тире-дві крапки».

*Питання другого рівня (декілька правильних відповідей)*

11. Якими бувають функціональні повноваження?

- а) обов'язковими до з'ясування;
- б) рекомендаційними;
- в) узаконеними;
- г) паралельними.

12. Які типи апарату можуть знаходитися в підпорядкуванні керівника?

- а) особистий;
- б) обслуговуючий;
- в) інформаційний;
- г) консультативний.

13. Які організаційні структури управління відносять до дивізійних?

- а) територіальні;
- б) орієнтовані на споживача;
- в) продуктові;
- г) функціональні.

14. Які організаційні структури управління відносять до адаптивних?

- а) матричні;
- б) координаційні;
- в) програмно-цільові;
- г) проектні.

15. Які зв'язки виділяють в органіграмах?

- а) штабні;
- б) лінійні;
- в) функціональні;
- г) пов'язані з передачею спеціалізованих повноважень.

## ТЕСТОВІ ПИТАННЯ ДО ТЕМИ 4 «МОТИВАЦІЯ ЯК ФУНКЦІЯ МЕНЕДЖМЕНТУ»

*Питання першого рівня (одна правильна відповідь)*

1. Як називається вид управлінської діяльності, який забезпечує процес спонукання себе та інших працівників на діяльність, що спрямована на досягнення особистих цілей і цілей організації?

- а) мотивування;
- б) контроль;
- в) організування;
- г) керування.

2. Як називається відчуття фізіологічного, психологічного чи соціального дискомфорту, нестача чого-небудь або необхідність у чомусь?

- а) стимули;
- б) мотиви;
- в) інтереси;
- г) потреби.

3. Як називається форма пізнання та вивчення можливостей задоволення потреб, що виникли в індивіда на конкретному етапі життя та розвитку?

- а) потреба;
- б) інтерес;
- в) мотив;
- г) стимул.

4. Як називаються зовнішні спонукання до формування певної поведінки, досягнення конкретних результатів тощо?

- а) мотиви;
- б) потреби;
- в) стимули;
- г) інтереси.

5. Як називається внутрішньо усвідомлене спонукання до певних дій?

- а) потреби;
- б) стимули;
- в) інтереси;
- г) мотиви.

6. Як називається усе те, що людина вважає цінним для себе та отримує за затрачені зусилля, певну поведінку, виконану роботу й інше?

- а) оплата праці;
- б) винагорода;
- в) заробітна плата;
- г) цінність.

7. Скільки груп потреб виділив А. Маслоу?

- а) три;
- б) чотири;
- в) п'ять;
- г) шість.

8. Скільки груп факторів виділив Ф. Герцберг?

- а) дві;
- б) три;
- в) чотири;
- г) п'ять.

9. Як називаються додаткові виплати працівникам за високу професійну майстерність робітників, високі досягнення в праці службовців, вислугу років тощо?

- а) субсидії;
- б) премії;
- в) доплати;
- г) надбавки.

10. Як називаються кошти, що виплачуються понад установлені тарифні ставки, нормативи, ліміти у зв'язку з виникненням особливих умов чи обставин?

- а) премії;
- б) доплати;
- в) надбавки;
- г) субсидії.

*Питання другого рівня (декілька правильних відповідей)*

11. Які основні групи потреб, що мотивують поведінку людей, виділив К. Альдерфер?

- а) успіху;
- б) існування;
- в) зростання;
- г) зв'язку.

12. Які потреби виділив Д. Мак-Клелланд?

- а) успіху;
- б) причетності;
- в) зв'язку;
- г) влади.

13. Які теорії сформулював Д. Мак-Грегор?

- а) «Х»;
- б) «У»;
- в) «Z»;
- г) «W».

14. Які форми стимулювання працівників виділяють у менеджменті?

- а) надання частини прибутку;
- б) моральне стимулювання;
- в) відгули;
- г) матеріальне стимулювання.

15. Які форми оплати праці виділяють?

- а) комісійну;
- б) комбіновану;
- в) почасову;
- г) відрядну.

## ТЕСТОВІ ПИТАННЯ ДО ТЕМИ 5 «УПРАВЛІНСЬКИЙ КОНТРОЛЬ»

*Питання першого рівня (одна правильна відповідь)*

1. Як називається вид управлінської діяльності щодо оцінювання рівня виконання завдань і досягнення цілей, виявлення відхилень, збоїв, недоліків і причин їх виникнення з метою усунення нагромадження й повторення помилок, мінімізації втрат, подолання складних організаційних проблем тощо?

- а) організування;
- б) контролювання;
- в) аналіз;
- г) регулювання.

2. Який вид контролю реалізується через правила, процедури, поведінку тощо?

- а) попередній;
- б) поточний;
- в) завершальний;
- г) послідовний.

3. Який вид контролю має характер управлінської необхідності?

- а) послідовний;
- б) попередній;
- в) поточний;
- г) завершальний.

4. За якого виду контролю зворотний зв'язок використовується після виконання роботи?

- а) завершального;
- б) попереднього;
- в) послідовного;
- г) поточного.

5. Який вид контролю передбачає послідовну перевірку всієї сукупності підконтрольних об'єктів?

- а) централізований;
- б) разовий;
- в) вибірковий;
- г) суцільний.

6. Який вид контролю здійснюється лише відносно окремих об'єктів з усієї сукупності?

- а) суцільний;

- б) вибірковий;
- в) децентралізований;
- г) разовий.

7. Який вид контролю проводиться під впливом чинників, що випадково або несподівано виникають у процесі виробничо-господарської діяльності?

- а) децентралізований;
- б) вибірковий;
- в) разовий;
- г) централізований.

8. Як називається підстава, мірило для оцінювання, визначення або групування чогось?

- а) критерій;
- б) стандарт;
- в) норма;
- г) норматив.

9. Як називається сукупність прийнятих норм і нормативів?

- а) суматор;
- б) класифікатор;
- в) критерій;
- г) стандарт.

10. Як називається максимально припустима величина абсолютних витрат сировини, матеріалів, палива, енергії, праці й ін. для виготовлення одиниці продукції встановленої якості в обумовлений термін?

- а) норми;
- б) нормативи;
- в) стандарт;
- г) критерій.

*Питання другого рівня (декілька правильних відповідей)*

11. Які види контролю виділяють за змістом?

- а) фінансовий;
- б) інвестиційний;
- в) логістичний;
- г) виробничий.

12. Які види контролю виділяють за етапами здійснення виробничо-господарської діяльності?

- а) завершальний;
- б) послідовний;

- в) поточний;
- г) попередній.

13. Які види контролю виділяють за рівнем охоплення контролем об'єктів?

- а) поточний;
- б) суцільний;
- в) вибірковий;
- г) разовий.

14. На які групи поділяють методи контролю?

- а) документальні;
- б) розрахунково-аналітичні;
- в) камеральні;
- г) фактичні.

15. Що відносять до характеристик ефективної системи контролю?

- а) достовірність;
- б) економічність;
- в) своєчасність;
- г) гнучкість.

## ТЕСТОВІ ПИТАННЯ ДО ТЕМИ 6 «КЕРІВНИЦТВО ТА ЛІДЕРСТВО»

*Питання першого рівня (одна правильна відповідь)*

1. Як називається вид управлінської діяльності, який на засадах лідерства та влади забезпечує виконання функцій менеджменту, формування методів менеджменту та їх трансформацію в управлінські рішення через використання комунікацій?

- а) адміністрування;
- б) керівництво;
- в) організування;
- г) регулювання.

2. Як називається здатність завдяки особистим якостям здійснювати вплив на поведінку окремих осіб та груп працівників з метою зосередження їх зусиль на досягненні цілей організації?

- а) керівництво;
- б) влада;
- в) авторитет;
- г) лідерство.

3. Як називається можливість впливати на поведінку інших людей завдяки, передусім, формальним повноваженням?

- а) влада;
- б) авторитет;
- в) лідерство;
- г) примус.

4. За якої форми влади виконавець вірить у те, що влада може заважати задоволенню певної потреби або спричинити інші неприємності?

- а) експертної;
- б) винагороди;
- в) примусу;
- г) законної.

5. За якої форми влади виконавець вірить у те, що влада може надати йому можливість за певних умов отримати цінну винагороду?

- а) законної;
- б) експертної;
- в) еталонної;
- г) винагороди.

6. За якої форми влади виконавець перебуває під впливом установленого розпорядку дня, графіка виконання робіт тощо?

- а) примусу;
- б) дисциплінарної;
- в) законної;
- г) еталонної.

7. За якої форми влади виконавець вірить у те, що керівник має право віддавати накази, а його обов'язок виконувати їх?

- а) законної;
- б) примусу;
- в) дисциплінарної;
- г) експертної.

8. Яка форма влади полягає у власному прикладі того керівника, що впливає?

- а) дисциплінарна;
- б) законна;
- в) еталонна;
- г) експертна.

9. За якої форми влади виконавець вірить, що влада має спеціальні знання, які зможуть задовольнити певні потреби?

- а) примусу;
- б) експертної;
- в) винагороди;
- г) дисциплінарної.

10. Який стиль керівництва базується на тому, що керівник має достатню владу, щоб нав'язати свою волю виконавцям?

- а) партисипативний;
- б) ліберальний;
- в) демократичний;
- г) авторитарний.

*Питання другого рівня (декілька правильних відповідей)*

11. Що може бути причиною конфліктів?

- а) взаємозалежність завдань;
- б) несхожість цілей;
- в) розподіл ресурсів;
- г) неправдива інформація.

12. Які типи конфліктів розрізняють за ознакою результатів?

- а) функціональні;
- б) дисфункціональні;

в) лінійні;

г) безрезультатні.

13. Які основні типи конфліктів розрізняють за змістом?

а) внутрішньоособистісний;

б) міжорганізаційний;

в) міжгруповий;

г) міжособистісний.

14. Які стилі поведінки в конфліктній ситуації розрізняють?

а) співпраці;

б) конкуренції;

в) пристосування;

г) ухилення.

15. Які сучасні типи ефективних лідерів існують?

а) харизматичні лідери;

б) інтерактивні лідери;

в) лідери, що трансформують;

г) трансакційні керівники.

## ТЕСТОВІ ПИТАННЯ ДО ТЕМИ 7 «СУТНІСТЬ, ОСНОВНІ СКЛАДОВІ ТА КОНЦЕПЦІЇ МАРКЕТИНГУ»

*Питання першого рівня (одна правильна відповідь)*

1. Як називається діяльність, яка пов'язана з вивченням споживачів та інших ринкових факторів, а також розробкою й реалізацією відповідних заходів, що сприяють досягненню ринкових цілей підприємства?

- а) франчайзинг;
- б) маркетинг;
- в) менеджмент;
- г) логістика.

2. Як називається сукупність маркетингових інструментів і методів, що використовуються підприємством для досягнення його ринкових цілей?

- а) візія маркетингу;
- б) план маркетингу;
- в) стратегія маркетингу;
- г) комплекс маркетингу.

3. Як називається сукупність тих споживачів, які становлять інтерес для певного підприємства з урахуванням його ринкової орієнтації, та які визначені підприємством як потенційні покупці його продукції?

- а) цільовий ринок;
- б) ринкова ніша;
- в) ринок збуту;
- г) майбутній ринок.

4. Хто знаходиться на вершині маркетингового трикутника?

- а) споживач;
- б) виробник;
- в) банки;
- г) конкуренти.

5. Яка концепція маркетингу передбачає, що споживачі повинні одержувати дешеві, доступні товари?

- а) збутова;
- б) традиційна;
- в) товарна;
- г) виробнича.

6. Ключовим моментом якої концепції маркетингу є орієнтація на виробництво та пропозицію високоякісної продукції?

- а) виробничої;
- б) товарної;
- в) традиційної;
- г) збутової.

7. Ключовим моментом якої концепції маркетингу є організація продажів, побудова комунікацій зі споживачами, стимулювання покупок?

- а) товарної;
- б) виробничої;
- в) збутової;
- г) традиційної.

8. Яка концепція маркетингу передбачає, що в центрі уваги повинен бути споживач?

- а) традиційна;
- б) збутова;
- в) виробнича;
- г) товарна.

9. Яка концепція маркетингу будується на поглядах про те, що ринковий шлях підприємства до прибутку не повинен суперечити моральним нормам і довгостроковим інтересам суспільства?

- а) збутова;
- б) соціально-етичного маркетингу;
- в) товарна;
- г) виробнича.

10. Хто є автором книги «Дослідження про природу та причини багатства народів»?

- а) Дж. Блайт;
- б) Ф. Котлер;
- в) А. Сміт;
- г) М. Портер.

*Питання другого рівня (декілька правильних відповідей)*

11. Що є складовими частинами комплексу маркетингу?

- а) просування;
- б) місце;
- в) продукт;
- г) ціна.

12. Що відносять до основних об'єктів маркетингових досліджень?

- а) ринок;
- б) державні структури;
- в) конкурентів;
- г) споживачів.

13. Що відносять до основних питань маркетингової стратегії компанії?

- а) позиціювання продукції компанії на ринку;
- б) сегментування ринку;
- в) конкурентну боротьбу;
- г) вибір ринку.

14. Хто входить до складу маркетингового трикутника?

- а) конкуренти;
- б) виробник;
- в) споживач;
- г) банки.

15. Що входить до складу маркетингового середовища організації?

- а) навколишнє середовище;
- б) мікросередовище;
- в) макросередовище;
- г) мінливе середовище.

## ТЕСТОВІ ПИТАННЯ ДО ТЕМИ 8 «МАРКЕТИНГОВА ТОВАРНА ПОЛІТИКА»

*Питання першого рівня (одна правильна відповідь)*

1. Виділення скількох рівнів товару передбачає маркетинговий аналіз товару?
  - а) чотирьох;
  - б) двох;
  - в) трьох;
  - г) п'ятьох.
2. Як називається конкретний вид, модель або марка товару?
  - а) товарна одиниця;
  - б) товарна лінія;
  - в) товарна номенклатура;
  - г) асортиментна група.
3. Як називається група товарних одиниць, близьких за певною ознакою?
  - а) перелік товарів;
  - б) товарна номенклатура;
  - в) товарна одиниця;
  - г) товарна лінія.
4. Як називається сукупність товарних ліній?
  - а) товарна номенклатура;
  - б) перелік товарів;
  - в) товарний спектр;
  - г) товарний асортимент.
5. Як називається загальна чисельність асортиментних груп товарів?
  - а) глибина товарної номенклатури;
  - б) насиченість товарної номенклатури;
  - в) ширина товарної номенклатури;
  - г) довжина товарної номенклатури.
6. Як називається загальна кількість товарних одиниць?
  - а) насиченість товарної номенклатури;
  - б) глибина товарної номенклатури;
  - в) довжина товарної номенклатури;
  - г) ширина товарної номенклатури.
7. Як називається кількість товарних одиниць у рамках асортиментної групи?

- а) довжина товарної номенклатури;
- б) глибина товарної номенклатури;
- в) ширина товарної номенклатури;
- г) насиченість товарної номенклатури.

8. Як називається фраза, слово, літера, символ, рисунок або їх комбінація, що призначені для ідентифікації товарів компанії, для візуального виділення їх серед товарів-конкурентів?

- а) бренд;
- б) торговельна марка;
- в) якість товару;
- г) дизайн товару.

9. Як називається послідовне проходження товаром певних стадій?

- а) товарооборот;
- б) обіг товару;
- в) кругообіг товару;
- г) життєвий цикл товару.

10. Що відбувається на першій стадії процесу розробки нового товару?

- а) розробка товару;
- б) аналіз можливостей компанії;
- в) поява ідей;
- г) розробка задуму, його апробація.

*Питання другого рівня (декілька правильних відповідей)*

11. Які групи товарів відносять до товарів широкого споживання?

- а) товари пасивного попиту;
- б) товари попереднього вибору;
- в) товари повсякденного попиту;
- г) товари особливого попиту.

12. Які групи товарів відносять до товарів промислового призначення?

- а) капітальне майно;
- б) орендоване майно;
- в) матеріали та деталі;
- г) допоміжні матеріали та послуги.

13. Які стратегії використання торговельної марки існують?

- а) двомарочна;
- б) мономарочна;
- в) тримарочна;

г) багатомарочна.

14. Які типи (рівні) товарів виділяють за ознакою товарної новизни?

- а) товари ринкової новизни;
- б) принципово удосконалені товари;
- в) світові новинки;
- г) модифіковані товари.

15. Які стадії життєвого циклу товару розрізняють?

- а) розробка;
- б) спад;
- в) зростання;
- г) впровадження.

## ТЕСТОВІ ПИТАННЯ ДО ТЕМИ 9 «МАРКЕТИНГОВА ЦІНОВА ПОЛІТИКА»

*Питання першого рівня (одна правильна відповідь)*

1. Як називається сума грошей (їх еквівалент), яку треба сплатити за придбання товару?

- а) показник товару;
- б) цінник товару;
- в) визначник товару;
- г) ціна товару.

2. До яких факторів ціноутворення компанії відносять поточні цілі компанії, рівень витрат компанії, маркетингову стратегію компанії?

- а) змінних;
- б) постійних;
- в) зовнішніх;
- г) внутрішніх.

3. До яких факторів ціноутворення компанії відносять стадію життєвого циклу, ціни конкурентів тощо?

- а) внутрішніх;
- б) зовнішніх;
- в) змінних;
- г) постійних.

4. Які методи встановлення фактичних цін є достатньо простими, й передбачають, що ціна формується шляхом додавання до собівартості одиниці продукції певної величини надбавки?

- а) орієнтовані на прибуток;
- б) орієнтовані на конкурентів;
- в) орієнтовані на витрати;
- г) орієнтовані на попит.

5. Суть яких методів встановлення фактичних цін полягає в тому, що за базу розрахунків ціни береться певний цільовий обсяг прибутку?

- а) орієнтованих на попит;
- б) орієнтованих на прибуток;
- в) орієнтованих на витрати;
- г) орієнтованих на конкурентів.

6. Як називається ступінь процентної зміни можливої кількості придбаного товару залежно від зміни його ціни на 1 %?

- а) цінова еластичність попиту;
- б) варіація попиту;
- в) цінова гнучкість попиту;
- г) цінова залежність попиту.

7. Яким є попит, коли показник цінової еластичності попиту  $E_d > 1$ ?

- а) нееластичним;
- б) відносно еластичним;
- в) відносно нееластичним;
- г) з одиничною еластичністю.

8. Яким є попит, коли показник цінової еластичності попиту  $E_d < 1$ ?

- а) нееластичним;
- б) еластичним;
- в) відносно еластичним;
- г) відносно нееластичним.

9. Яким є попит, коли показник цінової еластичності попиту  $E_d = 1$ ?

- а) відносно нееластичним;
- б) відносно еластичним;
- в) з одиничною еластичністю;
- г) з невизначеною еластичністю.

10. Під яким кутом відхиляється від горизонталі чи вертикалі лінія попиту з одиничною еластичністю?

- а) 45 градусів;
- б) 40 градусів;
- в) 90 градусів;
- г) 65 градусів.

*Питання другого рівня (декілька правильних відповідей)*

11. Які основні функції ціни розрізняють?

- а) стимулюючу;
- б) порівняльну;
- в) конкурентну;
- г) сигнальну.

12. Які ціни розрізняють за умовами формування?

- а) фіксовані;
- б) державні;
- в) регульовані;
- г) вільні.

13. Які ціни розрізняють за територіальною ознакою?

- а) національні;
- б) внутрішньої торгівлі;
- в) зовнішньої торгівлі;
- г) міжнародні.

14. Які ціни розрізняють за ознакою стадії обігу товару?

- а) роздрібні;
- б) фіксовані;
- в) оптові;
- г) вільні.

15. Які ціни розрізняють за ознакою їх змінності?

- а) роздрібні;
- б) регульовані;
- в) тверді;
- г) гнучкі.

## ТЕСТОВІ ПИТАННЯ ДО ТЕМИ 10 «МАРКЕТИНГОВА ПОЛІТИКА РОЗПОДІЛУ»

*Питання першого рівня (одна правильна відповідь)*

1. Як називається діяльність організації з планування, реалізації та контролю руху своїх товарів до кінцевого споживача з метою задоволення його потреб і отримання прибутку?

- а) менеджмент;
- б) маркетинг;
- в) логістика;
- г) дистрибуція.

2. Як називається кількість проміжних рівнів у маркетинговому каналі розподілу продукції?

- а) глибина каналу;
- б) ширина каналу;
- в) довжина каналу;
- г) висота каналу.

3. Як називається кількість суб'єктів на певному рівні маркетингового каналу розподілу продукції?

- а) висота каналу;
- б) довжина каналу;
- в) глибина каналу;
- г) ширина каналу.

4. Яка форма торговельної посередницької діяльності передбачає, що торговельний посередник купує та продає продукцію від власного імені та за власний рахунок?

- а) комерційна діяльність;
- б) комісійна діяльність;
- в) довірча діяльність;
- г) підприємницька діяльність.

5. Яка форма торговельної посередницької діяльності передбачає, що торговельний посередник купує та продає продукцію не від свого імені, а від імені особи, яку він представляє?

- а) довірча діяльність;
- б) комісійна діяльність;
- в) підприємницька діяльність;
- г) комерційна діяльність.

6. Які оптові торговці комісійного типу своє головне завдання вбачають у тому, щоб звести продавця та покупця, узгодити їх інтереси?

- а) дистриб'ютори;
- б) агенти;
- в) брокери;
- г) дилери.

7. Особливостями яких оптових торговців комісійного типу є те, що вони працюють з клієнтами найчастіше на постійній основі; представляють інтереси одночасно декількох клієнтів тощо?

- а) брокерів;
- б) дилерів;
- в) дистриб'юторів;
- г) агентів.

8. У якій системі маркетингового розподілу товарів відсутній координаційний центр та/або спеціально створений механізм узгодження дій учасників каналу розподілу?

- а) нетрадиційній;
- б) горизонтально інтегрованій;
- в) вертикально інтегрованій;
- г) традиційній.

9. У якій системі маркетингового розподілу товарів відбувається певна координація діяльності учасників каналу розподілу?

- а) традиційній;
- б) вертикально інтегрованій;
- в) нетрадиційній;
- г) горизонтально інтегрованій.

10. Яка система маркетингового розподілу товарів є певним координаційним рішенням локального характеру?

- а) горизонтально інтегрована;
- б) вертикально інтегрована;
- в) традиційна;
- г) нетрадиційна.

*Питання другого рівня (декілька правильних відповідей)*

11. Які суб'єкти роздрібної торгівлі виділяють за масштабами діяльності?

- а) компанію, яка має торговельну мережу;
- б) оптову компанію;
- в) роздрібну компанію;

г) локальний суб'єкт торгівлі.

12. Які суб'єкти роздрібно́ї торгівлі виділяють за товарним асортиментом?

- а) спеціалізовані магазини;
- б) універсальні магазини;
- в) великі магазини;
- г) малі магазини.

13. Які суб'єкти роздрібно́ї торгівлі виділяють за ціновими параметрами?

- а) торгівля товарами нижнього цінового діапазону;
- б) торгівля товарами середнього цінового діапазону;
- в) торгівля дешевими товарами;
- г) торгівля елітними (дорогими) товарами.

14. Які суб'єкти роздрібно́ї торгівлі виділяють за формою контактів із покупцями?

- а) вулична торгівля;
- б) торгівля за каталогами;
- в) магазинна торгівля;
- г) позамагазинна торгівля.

15. Які функції має управління маркетинговими каналами розподілу товарів?

- а) управління конфліктами в каналі розподілу товарів;
- б) вибір торговельних посередників;
- в) контроль діяльності торговельних посередників;
- г) мотивація торговельного посередника.

## ТЕСТОВІ ЗАВДАННЯ ДО ТЕМИ 11 «ОСНОВИ МАРКЕТИНГОВОЇ ПОЛІТИКИ КОМУНІКАЦІЇ»

*Питання першого рівня (одна правильна відповідь)*

1. Як називається процес забезпечення взаємодії суб'єкта пропозиції товару з іншими суб'єктами ринку?

- а) наведення контактів;
- б) комунікація;
- в) маркетингова комунікація;
- г) ділові переговори.

2. До чого належать реклама, стимулювання збуту, зв'язки з громадськістю тощо?

- а) інструментів здійснення маркетингової комунікації;
- б) каналів маркетингових комунікацій;
- в) технологій, які використовуються в маркетинговому комунікаційному процесі;
- г) джерел маркетингових комунікацій.

3. До чого відносять телебачення, радіо, газети, журнали, Інтернет тощо?

- а) технологій, які використовуються в маркетинговому комунікаційному процесі;
- б) джерел маркетингових комунікацій;
- в) інструментів здійснення маркетингової комунікації;
- г) каналів маркетингових комунікацій.

4. До чого відносять створення паперового маркетингового звернення, відеосюжету для демонстрації на телебаченні, електронного звернення для розміщення в мережі Інтернет тощо?

- а) джерел маркетингових комунікацій;
- б) технологій, які використовуються в маркетинговому комунікаційному процесі;
- в) каналів маркетингових комунікацій;
- г) інструментів здійснення маркетингової комунікації.

5. Хто виступає замовником, ініціатором створення маркетингових комунікацій?

- а) рекламна компанія;
- б) компанія, яка пропонує ринку певну продукцію;
- в) PR-агентство;
- г) споживач.

6. У ролі кого виступає організація або окрема особа, яка має інформацію для передачі суб'єктам ринку?

- а) отримувача повідомлення;
- б) посередника;
- в) комутатора;
- г) відправника повідомлення.

7. Як називається інформація, яка передається?

- а) повідомлення;
- б) дані;
- в) комунікація;
- г) сигнали.

8. Як називається процес перетворення думки, комунікаційної ідеї відправника в певний набір комунікаційних символів?

- а) кодування інформаційного повідомлення;
- б) дешифрування інформаційного повідомлення;
- в) шифрування інформаційного повідомлення;
- г) декодування інформаційного повідомлення.

9. Яке кодування поєднує вербальні та невербальні символи?

- а) підсумкове;
- б) змішане;
- в) комбіноване;
- г) синтезоване.

10. Як називається процес перетворення комунікаційних символів, як складових повідомлення, в певну думку?

- а) кодування інформаційного повідомлення;
- б) декодування інформаційного повідомлення;
- в) шифрування інформаційного повідомлення;
- г) дешифрування інформаційного повідомлення.

*Питання другого рівня (декілька правильних відповідей)*

11. Яким може бути кодування інформаційного повідомлення?

- а) цифровим;
- б) вербальним;
- в) комбінованим;
- г) невербальним.

12. Які реакції викликає декодування маркетингового звернення отримувачем (споживачем)?

- а) практичну;
- б) теоретичну;
- в) емоційну;

г) беземоційну.

13. Що відносять до базових факторів сприйняття маркетингових комунікацій споживачем?

а) джерело маркетингової інформації;

б) ступінь актуальності маркетингового повідомлення для споживача;

в) рівень підготовленості споживача до розуміння отриманого повідомлення;

г) ціну товару.

14. Які джерела маркетингової інформації розрізняють за ознакою форми передачі інформації?

а) паперові;

б) неособисті;

в) особисті;

г) електронні.

15. Які форми впливу на споживача розрізняють?

а) постійний вплив;

б) тимчасовий вплив;

в) прямий вплив;

г) опосередкований вплив.



Навчально-методичне видання

**Тоцька Олеся Леонтіївна**

**МЕНЕДЖМЕНТ І МАРКЕТИНГ У ЛІСОВОМУ  
ТА САДОВО-ПАРКОВОМУ ГОСПОДАРСТВІ**

*Збірник тестів*

Електронне видання

Видається в авторській редакції