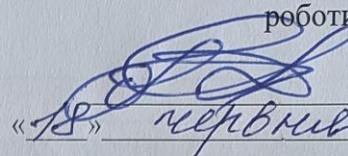


**НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ І
ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ**
Економічний факультет

«ЗАТВЕРДЖУЮ»

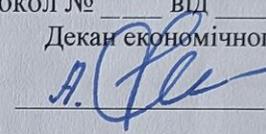
Проректор з науково-педагогічної
роботи та розвитку


С.М. Кваша
«18» червня 2021 р.

РОЗГЛЯНУТО І СХВАЛЕНО

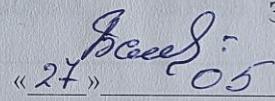
на засіданні вченої ради
економічного факультету

Протокол № _____ від _____ 2021 р.
Декан економічного факультету


А.Д. Діброва

на засіданні кафедри менеджменту ім. проф. Й.С. Завадського

Протокол № 14 від 27.05.2021 р.


Завідувач кафедри
Т.І. Балановська
«27» 05 2021 р.

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

ЛОГІСТИЧНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ

Рівень вищої освіти – третій (освітньо-науковий)

Галузь знань – 07 «Управління та адміністрування»

Спеціальність – 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»

Освітньо-наукова програма «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»

Гарант ОНП: Ільчук М.М.

Розробники: д.е.н., професор Резнік Н.П.

1. Опис навчальної дисципліни

ЛОГІСТИЧНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ

Галузь знань, спеціальність, освітній ступінь		
Галузь знань	07 «Управління та адміністрування»	
Освітньо-науковий рівень	третій	
Освітній ступінь	доктор філософії	
Спеціальність	076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»	
Освітньо-наукова програма	Підприємництво, торгівля та біржова діяльність	
Характеристика навчальної дисципліни		
Вид	вибіркова	
Загальна кількість годин	150	
Кількість кредитів ECTS	5	
Форма контролю	залік	
Показник навчальної дисципліни для денної та заочної форми навчання		
	денна, вечірня форма навчання	заочна форма навчання
Рік підготовки (курс)	1	1
Семестр	1	1
Лекційні заняття	20	20
Практичні, семінарські заняття	30	30
Лабораторні заняття	-	-
Самостійна робота	100	100
Індивідуальні завдання		
Кількість тижневих аудиторних годин для денної форми навчання	5	-

2. Мета, завдання та компетентності навчальної дисципліни

Метою дисципліни «Логістичний менеджмент» є формування у здобувачів вищої освіти ступеня доктор філософії теоретичних знань з питань концепції, стратегії й тактики логістики та принципів і закономірностей створення й руху матеріальних потоків; опанування студентами методичним інструментарієм розроблення та реалізації завдань

логістики; оволодіння ідеологією концепції та навичками логістичного управління; розроблення пропозицій щодо формування та удосконалення логістичних систем і механізмів їх функціонування; набуття навичок оцінки економічної ефективності та наслідків здійснення логістичних рішень, та досвіду логістичної практики.

Завданням дисципліни є формування економічного мислення у майбутніх докторів філософії з питань концепції, стратегії та тактики логістики; опанування здобувачами методичного інструментарію розроблення та реалізації завдань логістики, організація роботи служби логістики на підприємстві, а також логістичного персоналу; формування навичок планування, регулювання, контролювання у логістичних системах; формування навичок щодо організації координації діяльності структурних підрозділів компанії, а також взаємодії із бізнес-партнерами.

У результаті вивчення дисципліни здобувач повинен:

знати: основні принципи логістичного підходу, концепцію та методологію логістики; особливості логістичного менеджменту та його місце у системі менеджменту організації; передумови створення та особливості функціонування логістичних систем; функціональні області логістики; інформаційне, технічне, організаційне, правове забезпечення логістичного підходу до управління фірмою з метою економії трудових, матеріальних, грошових та енергетичних ресурсів, підвищення ефективності управління на різних рівнях, забезпечення необхідної якості споживчих благ, принципи мотивації менеджерів з логістики; тенденції розвитку глобальної логістики.

вміти: організувати спільну діяльність підрозділів підприємства по ефективному просуванню продукції у ланцюгу «закупки сировини – виробництво продукції – розподіл – збут – споживання» на основі інтеграції і координації операцій і функцій; проектувати створення логістичної системи та визначати оптимальні параметри її функціонування; проводити правильний вибір постачальника та умов поставки, транспортних засобів та шляхів доставки, координувати процеси поставки з виробничими процесами, визначати раціональні рівні запасів та умови їх зберігання; управляти інформаційними та фінансовими потоками, узгоджувати їх з матеріальними та потоками послуг; генерувати власні ідеї та ухвалювати обґрунтовані рішення.

Набуття компетентностей:

загальні компетентності (ЗК):

ЗК 1. Здатність генерувати нові ідеї (креативність).

ЗК 3. Здатність працювати автономно.

ЗК 4. Здатність приймати обґрунтовані рішення.

спеціальні (фахові) компетентності (СК):

СК2. Здатність ідентифікувати, формулювати та вирішувати актуальні наукові та прикладні проблеми у сфері підприємництва, торгівлі та біржової діяльності.

СК4. Здатність продукувати нові ідеї, розв'язувати комплексні проблеми та приймати науково обґрунтовані рішення в професійній діяльності.

СК5. Здатність здійснювати науково-педагогічну діяльність та викладати фахові дисципліни зі спеціальності „Підприємництво, торгівля та біржова діяльність”.

СК6. Здатність усно і письмово презентувати та обговорювати результати наукових досліджень та/або інноваційних розробок українською та англійською мовами, глибоке розуміння англомовних наукових текстів за напрямом досліджень.

СК7. Здатність ідентифікувати вплив інтеграційних процесів на реалізацію аграрної політики, визначати перспективні напрями розвитку агробізнесу, оцінюючи умови, проблеми та переваги, визначати їх вплив на практику підприємницької, торговельної та біржової діяльності.

3. Програма навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1. Теоретичні основи логістичного управління підприємствами.

Тема 1. Логістичний менеджмент як інструмент сучасної економіки. Логістика як новий напрям в організації руху товару у сфері виробництва, обігу, інформації. Визначення логістичного менеджменту. Вплив логістичного менеджменту на ефективність виробництва за рахунок зменшення витрат на матеріально-технічне постачання і транспорт. Основні задачі логістичного менеджменту. Рекомендована література: [1, 3, 5, 9, 14, 18, 20].

Тема 2. Об'єкти логістичного управління підприємством. Об'єкти дослідження в логістичному менеджменті. Поняття матеріального потоку та параметри, що його характеризують. Логістичні операції та функції з матеріальними потоками. Критерії оптимального управління матеріальними потоками. Інтегровані логістичні потоки. Рекомендована література: [6, 7, 17, 19].

Змістовий модуль 2. Різноманітність форм логістичного менеджменту на підприємстві.

Тема 3. Поняття про логістичний ланцюг.

Схеми утворення вантажопотоків. Основні ланки, що беруть участь у товарному та інформаційному потоці. Компоненти логістичного ланцюга. Розробка логістичних ланцюгів. Основні концепції логістичного менеджменту: мінімізація загальних витрат, планування потреб в ресурсах (MRP), точно в термін (just in time), повільного виробництва (lean production), загального управління якістю (TQM), швидкого реагування на попит (SRP). Рекомендована література: [1, 4, 7].

Тема 4. Менеджмент логістичних систем. Умови та фактори функціонування логістичної системи. Функції та критерії оцінок логістичної системи. Характеристика гнучких і ешелованих логістичних систем. Передумови утворення комплексних логістичних систем, що охоплюють функціональні задачі. Основні логістичні показники. Рекомендована література: [3, 1, 15].

Змістовий модуль 3. Основні сфери логістичного менеджменту на підприємстві.

Тема 5. Логістичний менеджмент закупівельної діяльності. Закупівельна діяльність та фактори, що впливають на її ефективність. Менеджмент системи постачання матеріальних ресурсів та роль логістичного менеджменту. Основні категорії матеріально-технічних ресурсів. Різні ступені диверсифікації постачальників. Критерії та методи вибору постачальників. Організація взаємодії з постачальниками. Логістичний цикл замовлення. Сучасні методи здійснення закупок і розміщення замовлень з використанням стандартів EDI та EDIFACT. Розміщення замовлень.

Обґрунтування розміру та інтервалу поставок. Рекомендована література: [1, 4, 11, 14, 15, 16].

Тема 6. Менеджмент ланцюгів поставок. Мета, завдання та функції менеджменту ланцюгів поставок. Логістика і маркетинг. Логістичні канали та логістичні ланцюжки. Внутрішня структура та принципи функціонування каналів розподілу. Розробка структури каналу розподілу. Вибір каналів розподілу. Проектування дистрибутивних систем. Штовхаючі і тягнучі логістичні системи збуту продукції. Рекомендована література: [1, 4, 6, 7, 15, 17, 19].

Змістовий модуль 4. Менеджмент логістичних послуг.

Тема 7. Поняття логістичного сервісу. Надання логістичних послуг як засіб підвищення конкурентоспроможності учасників логістичної системи. Класифікація видів сервісу. Показники, що характеризують рівень логістичного сервісу та методики їх розрахунку. Моделювання та оптимізація рівня логістичного сервісу. Логістика сервісного відгуку –SRL. Вибір стратегії досягнення оптимального рівня сервісу. Сервісні центри. Стандарти якості та їх роль у забезпеченні високого рівня логістичного сервісу. Проблеми сертифікації та ліцензування логістичних послуг. Рекомендована література: [2, 10, 8, 11, 13, 16].

Тема 8. Економічна ефективність логістичного менеджменту. Рівні формування логістичного менеджменту західноєвропейськими компаніями. Економічні показники логістичного менеджменту. Використання логістичного менеджменту у фірмах США. Шляхи зростання використання логістичного менеджменту в європейських країнах. Види логістичних послуг за кордоном. Рекомендована література: [7, 10, 15, 17].

Змістовий модуль 5. Менеджмент логістичної інформаційної системи.

Тема 9. Інформаційні системи логістичного менеджменту. Еволюція інформаційних технологій для системи Supply Chain Management (SCM). Інформаційне забезпечення систем Material Resource Planning (MRP), Capacity Requirements Planning (CRP). Створення систем класу Enterprise Resource Planning (ERP). Сучасний ринок програмного забезпечення системи SCM. Інформаційні системи і технології у ланцюгу постачань. Рекомендована література: [20, 21, 22, 23].

Тема 10. Інтеграція процесів у ланцюгу постачань. Поняття інтегрованої логістики. Етапи інтегрування. Рівні логістичної інтеграції. Інтеграція функцій і процесів у логістичному менеджменті. Ланцюг поставок як сукупність бізнес-процесів створення вартості. Поняття рівня логістичної досконалості. Ефективність логістичної кооперації у ланцюгу постачань. Рекомендована література: [6, 7, 20, 22].

Структура навчальної дисципліни

Назви тем	Кількість годин													
	денна, вечірня форма							заочна форма						
	тижні	усього	у тому числі					усього	у тому числі					
			л	п	лаб	інд	с.р.		л	п	лаб	інд	с.р.	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	
Тема 1. Логістичний менеджмент як інструмент сучасної економіки		16	2	4			10	16	2	4			10	
Тема 2. Об'єкти логістичного управління підприємством		14	2	4			10	14	2	4			10	
Тема 3. Поняття про логістичний ланцюг		16	2	4			10	16	2	4			10	
Тема 4. Менеджмент логістичних систем		16	2	4			10	16	2	4			10	
Тема 5. Логістичний менеджмент закупівельної діяльності		16	2	2			10	16	2	2			10	
Тема 6. Менеджмент ланцюгів поставок		16	2	2			10	16	2	2			10	
Тема 7. Поняття логістичного сервісу		14	2	2			10	14	2	2			10	
Тема 8. Економічна ефективність логістичного менеджменту		14	2	2			10	14	2	2			10	
Тема 9. Інформаційні системи логістичного менеджменту		14	2	4			10	14	2	4			10	
Тема 10. Інтеграція процесів у ланцюгу постачань		14	2	2			10	14	2	2			10	
Усього годин	х	150	20	30			100	150	20	30			100	

4. Теми семінарських занять

Не передбачено навчальним планом

5. Темі практичних занять

№ п/п	Назва теми	Кількість год.
1	Логістика – інструмент ринкової економіки	2
2	Концепція і методологічний апарат інтегрованої логістики	2
3	Об'єкти логістичного управління та логістичні операції	4
4	Логістична діяльність та логістичні функції	2
5	Логістичний менеджмент у системі загального менеджменту	2
6	Логістичний підхід до управління матеріальними потоками у сфері виробництва	4
7	Економічне забезпечення логістики	2
8	Логістичний підхід до обслуговування споживачів	2
9	Склад і транспорт у логістиці	4
10	Персонал-технології підготовки менеджерів з логістики	2
11	Логістичний менеджмент закупівельної діяльності	2
12	Логістичне управління у виробництві	2
	Разом	30

6. Темі лабораторних занять

Не передбачено навчальним планом

7. Контрольні запитання, комплекти тестів для визначення рівня засвоєння знань здобувачів

Запитання

1. Сутність і задачі логістичного менеджменту.
2. Сучасний етап постіндустріального розвитку і логістизації економіки.
3. Сутність логістичного управління процесами руху і трансформації ресурсів у логістичному ланцюзі «постачання – виробництво – реалізація – споживання продукції».
4. Еволюція логістичного менеджменту.
5. Основні вимоги до розробки ефективного управління логістичними системами.
6. Світовий досвід і перспективи логістичного менеджменту в Україні.
7. Діалектична єдність відмінностей сучасного логістичного бізнесу.
8. Ієрархія логістичного менеджменту.
9. Поняття логістичних процесів, ланцюгів та потоків.
10. Сутність логістичного підходу до управління потоковими процесами.
11. Принципи логістичного управління.
12. Функціональні компоненти системи логістичного адміністрування.

13. Відмінності логістичного управління від традиційного менеджменту.
14. Додаткова логістична споживча цінність товару.
15. Генеральна ціль логістичного менеджменту та інтегровані цілі маркетингу і логістики.
16. Рівні логістичного менеджменту: глобальний, міжгалузевий, міжорганізаційний, міжфункціональний, операційний.
17. Логістична місія стратегічного і тактичного управління ланцюгом постачання.
18. Виробничі функції, фази і стадії логістичного обслуговування.
19. Основні напрями вдосконалення та подальшого розвитку логістичного менеджменту.
20. Поняття, сутність і спрямованість логістичної стратегії у ринковому просторі.
21. Мета і завдання розробки й реалізації логістичної стратегії.
22. Місце логістичної стратегії у комплексній системі інноваційного розвитку підприємства.
23. Управління стратегічними розривами у ланцюгах постачання.
24. Типи стратегічних рішень в логістичній діяльності організації.
25. Стратегічний вибір логістичних критеріїв: мінімізації загальних логістичних витрат, підвищення якості логістичного сервісу, логістичного аутсорсингу.
26. Узгодження логістичної стратегії з корпоративною стратегією організації. Управління потоками у «режимі реального часу».
27. Структура системи логістичного управління.
28. Основні підсистеми контуру управління.
29. Принципи горизонтального управління суб'єктами логістичного ланцюга.
30. Формування ефективної логістичної системи організації.
31. Функціональне управління видами логістичної діяльності.
32. Структура процесів логістичного обслуговування організації.
33. Характеристика підсистем ресурсного забезпечення функціональних процесів логістики – постачання, виробництво, дистрибуція, споживання.
34. Системна ефективність логістичного підходу до управління ланцюгами поставок.
35. Децентралізоване та централізоване управління логістичною діяльністю.
36. Перехресні логістичні функції у підрозділах підприємства.
37. Еволюція організаційних структур підрозділів логістичної діяльності підприємств, фірм і компаній.

38. Залежність системи управління логістикою від бізнес-стратегії компанії.
39. Організація управління логістикою в різних компаніях (виробничих, торгових, транспортних тощо).
40. Приклади систем логістичного менеджменту успішних компаній.
41. Особливості прийняття управлінських рішень у системі логістичної діяльності.
42. Дивергенція, трансформація та конвергенція завдань та альтернатив логістичного управління.
43. Функція логістичного цілополягання формування дерева цілей результатів і ресурсів.
44. Деагрегування логістичних цілей
45. Декомпозиція логістичних цілей.
46. Планування логістичної діяльності: об'ємно-календарне, бюджетне, стратегічне.
47. Функція організування логістичної діяльності.
48. Логістичні мережі, центри.
49. Міжнародні транспортні системи.
50. Проектування логістичних робіт.
51. Департаментизація логістичних систем управління.
52. Договірні основи організаційно-розпорядницького управління логістичними ланцюгами, потоками, системами та мережами.
53. Функція мотивування логістичної діяльності.
54. Загальносистемні економічні та соціальні інтереси учасників логістичної системи.
55. Ітеративний процес узгодження умов контракту.
56. Функція координування суб'єктів логістичної діяльності.
57. Синхронізація логістичної діяльності у просторі та часі.
58. Мережеві методи.
59. Функція логістичного контролінгу: моніторинг, облік, аналіз, аудит, розробка рекомендацій щодо удосконалення логістичної діяльності.
60. Об'єктивна необхідність постійного аналізу результатів управлінських рішень логістичного персоналу.
61. Стратегічний, тактичний та оперативний логістичний аналіз та його завдання. Класифікація логістичного аналізу.
62. Інформаційна база логістичного аналізу.
63. Методи і прийоми логістичного аналізу.
64. Аналіз логістичних витрат і доходів.
65. Показники для виміру результатів виконання функцій логістичного менеджменту.
66. Оцінка ефективності логістичного управління в організації.
67. Нормативно-правові методи регулювання логістичної діяльності.

68. Соціально-психологічні методи управління логістичним персоналом.
69. Технолого-організаційні методи управління функціонуванням і розвитком логістичної інфраструктури.
70. Економічні методи управління логістичними підрозділами та підприємствами.
71. Відносини конкуренції в системі узгодження інтересів господарюючих суб'єктів логістики.
72. Партнерська взаємодія: форми, синергійний ефект партнерства.
73. Інформаційне забезпечення управлінських рішень у логістиці.
74. Організація інформаційного обміну при здійсненні логістичної діяльності.
75. Організація логістичних інформаційних систем, інформаційних або комп'ютерних розрахункових мереж, локальних розрахункових мереж для підвищення ефективності логістичного менеджменту.
76. Сучасні інформаційні технології у логістичному менеджменті.
77. Порівняльний аналіз транзакційних та аналітичних інформаційних технологій.
78. Бази даних у системі логістичного менеджменту. Технічне забезпечення логістичного менеджменту.
79. Завдання і зміст підготовки професійних менеджерів з логістики.
80. Класифікація персонал-технологій відбору, підготовки й організації праці фахівців з логістики.
81. Система сертифікації фахівців логістичного управління.
82. Класифікація логістичного персоналу організації за критерієм «рівень менеджменту»: персонал вищого менеджменту, середньої ланки та низових рівнів.
83. Основні вимоги до логістичного персоналу.
84. Загальні функції логістичного персоналу.
85. Функції інтегрального логістичного менеджера.
86. Основні функції персоналу логістики з урахуванням галузевої специфіки фірми.
87. Індивідуалізоване управління логістичним персоналом.
88. Посадові обов'язки менеджера з логістики.
89. Розробка посадових інструкцій менеджера з логістики та керівника відділу логістики.
90. Оцінка праці працівників служби логістики.

Тести для визначення рівня засвоєння знань студентами

1. Системність світу можна описати виразом:
 - а) систем не існує;
 - б) весь світ – це логістична система;
 - в) весь світ – безсистемна сукупність різних об'єктів;
 - г) весь світ – це система взаємодіючих об'єктів і елементів.
2. Система управління являє собою:
 - а) об'єкт управління на підприємстві;
 - б) суб'єкт управління виробничої системи;
 - в) систему розробки та реалізації управлінського рішення;
 - г) систему розробки та реалізації управлінських впливів.
3. Системний підхід – це:
 - а) врахування всіх заходів певного рівня в системі планування;
 - б) всебічний аналіз наслідків проведення певних заходів у всіх сферах господарської діяльності;
 - в) методи системного аналізу, що застосовуються при розробці рішень;
 - г) врахування місця та взаємозв'язку певного заходу у багаторівневій системі управління.
4. Основними ознаками глобалізації є:
 - а) ослаблення можливостей національних держав у формування незалежної економічної політики, взаємозв'язок національних економік та їхнє взаємопроникнення, розширення масштабів та інтенсифікація обміну ресурсами, готовою продукцією та послугами;
 - б) утворення єдиної системи зв'язків і нової конфігурації світової економіки, інтернаціоналізація світової економіки під впливом поглиблення міжнародного розподілу праці;
 - в) формування мегаекономічного простору в умовах створення і функціонування транснаціональних фінансових телекомунікаційних та інших мереж, тяжіння світової економіки до єдиних стандартів і принципів функціонування під впливом обміну товарами, послугами, робочою силою, капіталом і культурними цінностями;
 - г) усі відповіді вірні.
5. Основним при розробці цілей підприємства є такий метод:
 - а) метод Портеру;
 - б) метод «дерева цілей»;
 - в) симплекс-метод;
 - г) суворих методів не існує.
6. Неструктурну складність можна описати як:
 - а) якісний опис проблеми;
 - б) кількісна сторона проблеми;
 - в) відсутність структури в системі;
 - г) система складається тільки з однієї підсистеми.
7. До комплексу основних функцій адміністрування логістичної системи належать:
 - а) планування, регулювання, координація, аналіз, контролінг, ціноутворення;
 - б) організація, регулювання, координація, аналіз, аудит, ціноутворення;
 - в) планування, організація, координація, аналіз, аудит, контролінг, ціноутворення;
 - г) планування, організація, регулювання, координація, аналіз, контроль, ціноутворення.
8. Основні підсистеми (елементи), які складають систему логістичного управління:
 - а) цільова підсистема, стійка підсистема, керована підсистема, керуюча підсистема;

б) цільова підсистема, керована підсистема, керуюча підсистема, забезпечувальна підсистема;

в) адаптована підсистема, цільова підсистема, забезпечувальна підсистема;

г) динамічна підсистема, стійка підсистема, керуюча підсистема, забезпечувальна підсистема.

9. Логістичний менеджмент являє собою:

а) процес управління матеріальними ресурсами між окремими функціональними підрозділами підприємства і між окремими підприємствами;

б) управлінські процеси планування, реалізації та контролю ефективного потоку постачання товарів від місця їх зародження до точки кінцевого споживання з метою задоволення потреб суспільства з мінімальними витратами;

в) процес обслуговування нелогістичних потоків матеріальних, інформаційних і фінансових ресурсів;

г) процес забезпечення ефективності логістичного ланцюга шляхом цілеспрямованого впливу на оптимізацію та синхронізацію взаємодії поточкових процесів у різних його ланках.

10. Завданням логістичного менеджменту вважається:

а) узгодження економічних інтересів безпосередніх і опосередкованих учасників логістичної діяльності на основі максимізації ефекту синергізму і отримання соціального зиску;

б) виконання основних управлінських функцій (організація, планування, регулювання, координація, контроль, облік і аналіз) з метою досягнення цілей логістичної системи;

в) планування, реалізація та контроль ефективного і продуктивного потоку товарів, їх запасів, сервісу, а також пов'язаної інформації від точки їх зародження до точки споживання з метою задоволення потреб споживачів;

г) управління потоком матеріальних ресурсів, незавершеного виробництва та запасів товарних цінностей.

11. Головне завдання управління логістичною діяльністю:

а) забезпечення механізму розробки завдання і стратегій у сфері управління матеріальними потоками їх розподілом;

б) розробка транспортного обслуговування споживачів;

в) управління запасами;

г) вибір місця розміщення логістичного об'єкта.

12. Головне завдання логістичного менеджменту полягає в:

а) створенні системи контролю, яка виявлятиме неоптимізовані процеси та формуватиме нові цілі підприємства ґрунтуючись на порівнянні доходів та витрат;

б) створенні функціонально несуперечливої організаційної структури управління підприємством;

в) гарантії оптимальності руху потоку матеріалів і товарів, яка забезпечує надійність постачання за умови мінімальних витрат максимального використання наявних потужностей;

г) адаптації виробничого підприємства до запитів споживачів, тобто гарантію швидкого виконання їх замовлень та чітке дотримання строків постачання.

13. Для інтеграції логістики поштовхом було:

а) розвиток логістичних концепцій;

б) розвиток інформаційних технологій;

в) розвиток теорії маркетингу;

г) вірні відповіді а) та б).

14. Ієрархічна структура логістичного менеджменту складається з:

- а) шести рівнів;
- б) семи рівнів;
- в) восьми рівнів;
- г) дев'яти рівнів.

15. Рушійними силами сучасної глобалізації логістичних систем є:

- а) невинний розвиток світової економіки;
- б) розвиток інтеграції господарських структур різних країн;
- в) експансія новітніх технологій;
- г) усі відповіді вірні.

16. Підпорядкованість елементів більш низького рівня елементам більш високого рівня в управлінні логістичною системою – це властивість:

- а) організації;
- б) підпорядкованості;
- в) ієрархічності;
- г) емерджентності.

17. Принципами логістичного управління є:

- а) системно-процесний, відтворювально-оптимізаційний, варіативно-ситуаційний, функціонально-вартісний, директивно-динамічний, комплексно-інтеграційний;
- б) системно-процесний, відтворювально-оптимізаційний, варіативно-ситуаційний, функціонально-динамічний, директивно-комплексний;
- в) системно-оптимізаційний, варіативно-динамічний, директивно-динамічний, комплексно-інтеграційний;
- г) відтворювально-оптимізаційний, системно-процесний, функціонально-інтеграційний, директивно-динамічний.

18. Об'єктом логістичного менеджменту є:

- а) системи інтегрованого логістичним потоком комплексу взаємодіючих господарських суб'єктів логістичної сфери діяльності;
- б) надскладні соціально-економічні системи інтегрованого логістичним потоком комплексу взаємодіючих господарських суб'єктів логістичної сфери діяльності їх та їхніх логістичних підрозділів;
- в) надскладні соціально-економічні системи потоком комплексу взаємодіючих господарських суб'єктів логістичної сфери діяльності;
- г) соціально-економічні системи комплексу взаємодіючих господарських суб'єктів логістичної сфери діяльності їх та їхніх логістичних підрозділів.

19. Системне логістичне адміністрування включає управління:

- а) процесом виробництва;
- б) інформаційними потоками;
- в) складськими операціями;
- г) транспортними операціями.

20. Організаційні методи логістичного управління являють собою:

- а) комплекс способів впливу на людей, заснованих на використанні міжособистісних відносин;
- б) комплекс способів та прийомів впливу на людей, заснованих на використанні міжособистісних відносин та адміністративній владі керівництва;
- в) комплекс способів та прийомів впливу на людей, заснованих на використанні організаційних відносин та адміністративній владі керівництва;
- г) комплекс способів впливу на людей, заснованих на використанні організаційних відносин та адміністративній владі керівництва.

21. Організаційна структура управління будь-яким суб'єктом господарювання являє собою форму системи управління, яка:

а) забезпечує координацію всіх функцій менеджменту;
б) визначає склад, взаємодію та підпорядкованість її елементів;
в) визначає права і обов'язки (повноваження і відповідальність) на управлінських рівнях;

г) визначає організаційну поведінку її співробітників, тобто стиль менеджменту і якість праці колективу.

22. Менеджеру з логістики найбільш характерна така діяльність:

- а) менеджмент;
- б) координація;
- в) контроль;
- г) планування.

23. Логістичну інфраструктуру підприємства доцільно визначати як:

а) інтегровану сукупність транспортної, пакувальної, інформаційної та фінансової інфраструктур підприємства, що у комплексі забезпечують ефективне логістичне обслуговування виробничого потоку за принципом «від дверей до дверей» з мінімальними витратами у відповідності з вимогами споживачів;

б) інтегровану сукупність складської, маніпуляційної, пакувальної та фінансової інфраструктур підприємства, що у комплексі забезпечують ефективне логістичне обслуговування матеріального потоку за принципом «від дверей до дверей» з мінімальними витратами у відповідності з вимогами споживачів;

в) інтегровану сукупність складської, транспортної, маніпуляційної, пакувальної, інформаційної та фінансової інфраструктур підприємства, що у комплексі забезпечують ефективне логістичне обслуговування виробничого потоку за принципом «just-in-time» з мінімальними витратами у відповідності з вимогами споживачів;

г) інтегровану сукупність складської, транспортної, маніпуляційної, пакувальної, інформаційної та фінансової інфраструктур підприємства, що у комплексі забезпечують ефективне логістичне обслуговування матеріального потоку за принципом «від дверей до дверей» з мінімальними витратами у відповідності з вимогами споживачів.

24. Логістичну інфраструктуру можна класифікувати за рівнями таким чином:

- а) мікро-, макрорівень логістичної інфраструктури;
- б) мікро-, мезо- та макрорівень логістичної інфраструктури;
- в) внутрішній та зовнішній рівень логістичної інфраструктури;
- г) мікро- та мезорівень логістичної інфраструктури.

25. Мотивація – це:

а) контроль за ефективною роботою підрозділів логістичної системи та їх керівників на всіх стадіях реалізації бюджету;

б) об'єктивний стимул для кожного співробітника «вичавити» з своїх посадових обов'язків максимум ефективності в роботі;

в) можливість мінімізувати витрати за рахунок підвищення ефективності;

г) всі відповіді вірні.

26. Найважчим при класичному (індуктивному) підході є такий етап проектування:

- а) аналіз;
- б) класифікація;
- в) синтез;
- г) впровадження.

27. До системного аналізу не відноситься такий принцип:

- а) оптимальності;
- б) ієрархічності;
- в) євроінтеграції;
- г) системності.

28. Завдання управління логістикою виражається:
- а) в забезпеченні механізму розробки завдань і стратегій в сфері просування продукції;
 - б) у розробці транспортного обслуговування споживачів;
 - в) у визначенні оптимального розміру замовлення;
 - г) в управлінні запасами.
29. Інвестиції – це:
- а) вкладення капіталу з метою його подальшого зростання;
 - б) сукупність витрат підприємства на відтворення основних засобів, оборотних коштів та нематеріальних активів;
 - в) грошові, майнові, інтелектуальні цінності, що вкладаються в об'єкти підприємницької діяльності та інші види діяльності з метою отримання прибутку чи досягнення соціального ефекту;
 - г) витрати підприємства на відтворення основних фондів, а саме на створення нових, розширення, модернізацію і реконструкцію діючих основних засобів, у результаті чого досягається економічний, соціальний та екологічний ефект.
30. До внутрішніх джерел формування власних інвестиційних ресурсів підприємства відносяться:
- а) кредити банків;
 - б) емісія акцій;
 - в) амортизаційні відрахування;
 - г) залучення додаткового пайового капіталу.
31. Класифікація інвестицій підприємства за характером участі в інвестиційному процесі підрозділяє їх на:
- а) прямі й непрямі;
 - б) фінансові й реальні;
 - в) похідні й автономні;
 - г) валові й чисті.
32. Виконання відтворювально-оптимізаційного принципу передбачає:
- а) багатоопераційне узгодження управлінських рішень при формуванні ланцюга контактів та узгоджень щодо взаємодії у логістичному ланцюзі для забезпечення єдності інтересів та кінцевих результатів;
 - б) обов'язковість безперервного функціонування системи стратегічного і оперативнокалендарного планування руху повного логістичного ланцюга;
 - в) встановлення причинно-наслідкових зв'язків виробничо-економічних подій в логістичному ланцюзі для обґрунтування доцільності і необхідності прийняття управлінських рішень;
 - г) використання економіко-математичного моделювання і оптимізації багатокритеріальних динамічних процесів, прогнозування стратегічних цінових змін на ринках, орієнтація логістичного потоку на умови оптимального використання основних ринкових законів.
33. Зв'язки елементів системи управління поділяються на:
- а) виробничі, матеріальні, інформаційні;
 - б) сегментні, функціональні, міжфункціональні;
 - в) внутрішні, зовнішні;
 - г) лінійні, функціональні та міжфункціональні.
34. Один з аспектів загальної функції управління якістю, що визначає політику підприємства в сфері обслуговування споживачів та містить у собі функції з оперативного планування, розподілу ресурсів та інших дій в сфері обслуговування – це:
- а) загальне управління якістю (TQM);

- б) сертифікація; в) стандарти ІСО серії 9000;
 г) якість обслуговування.
35. За участю відділу логістики приймається таке рішення щодо упаковки:
- а) розмір упаковки;
 б) рекламний текст на упаковці;
 в) рисунок на упаковці;
 г) колір упаковки.
36. Функціями менеджера з логістики є:
- а) вибір транспорту;
 б) ринкові дослідження;
 в) розробка рекомендацій щодо припинення виробництва застарілої продукції;
 г) розробка рекомендацій з виробництва нової продукції.
37. Функції відділу логістики:
- а) планування потужності обладнання;
 б) організація перевезень матеріальних ресурсів;
 в) планування виробництв на готових лікарських засобів;
 г) реклама.
38. Головною метою відділу логістики є:
- а) отримання прибутку;
 б) оптимізація руху всіх видів потоків;
 в) планування та організація перевезень;
 г) цілісність процесу.
39. Відділ логістики вирішує такі питання:
- а) розробка методики автоматизованих розрахунків оптимальної величини рівня запасів готової продукції;
 б) розрахунок заробітної плати начальника цеха;
 в) розробка рекламних буклетів;
 г) впровадження системи зв'язку між диспетчером і зоною навантаження.
40. У неформальній організації логістики складування відноситься до компетенції відділу:
- а) логістики;
 б) постачання;
 в) маркетингу;
 г) збуту.
41. Наявність підрозділу логістики свідчить про:
- а) неформальну організацію логістики;
 б) формальну організацію логістики;
 в) восьмиформальну (8 правил) організацію логістики;
 г) системну організацію логістики.
42. Керівництво підприємства допомагає відділу логістики в рішенні таких питань:
- а) пошуку споживачів;
 б) фінансування комп'ютерних програм щодо управління потоками;
 в) укладення договорів з постійними клієнтами;
 г) пошук нових постачальників.
43. Керівництво підприємства допомагає відділу логістики в рішенні таких питань:
- а) підвищення кваліфікації робітників відділу логістики;
 б) фінансування комп'ютерних програм щодо управління потоками;
 в) укладення договорів з постійними клієнтами;
 г) пошук нових постачальників.
44. Для керованої підсистеми логістичного менеджменту характерними є:

- а) основні робочі функції логістики;
 - б) основні фази поточкових процесів логістики;
 - в) основні логістичні операції та процедури у кожній локальній фазі конкретного етапу поточкового процесу;
 - г) усі відповіді вірні.
45. Пошповхом для інтеграції логістики з'явився:
- а) розвиток теорії маркетингу;
 - б) 2-а світова війна;
 - в) розвиток інформаційних технологій;
 - г) глобалізація.
46. Універсальна логістична модель існує:
- а) так;
 - б) ні;
 - в) існує, але тільки в економіці;
 - г) існує універсальна інформаційна модель.
47. Фактор ресурсного забезпечення підприємства передбачає:
- а) підвищення наукового рівня робіт з управління ресурсами;
 - б) оптимізацію відтворювальної структури економіки;
 - в) зниження технологічних втрат і відходів на усіх ланках логістичного ланцюга;
 - г) усі відповіді вірні.
48. Варіативно-ситуаційний принцип забезпечує:
- а) використання різних методів управління залежно від конкретної ситуації на кожному етапі логістичного ланцюга;
 - б) альтернативність логістичних потоків, траєкторії руху суб'єктів логістичного ланцюга;
 - в) ймовірнісний характер корегування цільополагання в напрямку логістичного потоку залежно від часу та місця можливих поточних збоїв та стратегічних змін;
 - г) усі відповіді вірні.
49. Директивно-динамічний принцип передбачає:
- а) реалізацію системи головних економічних цілей логістики, в процесі управління рухом та трансформацією ресурсів, динамічний та узгоджений розвиток окремих елементів логістичної системи на основі використання методів аналізу, прогнозу та синтезу в системі управління;
 - б) оцінку необхідності, виправдання (обґрунтування) кожного елемента логістичних витрат, управління вартістю в ланцюзі постачання відповідно стадій життєвого циклу логістичної послуги та етапів управлінського циклу;
 - в) альтернативність логістичних потоків, траєкторії руху суб'єктів логістичного ланцюга;
 - г) забезпечення єдності, оптимізації організаційно-технічних управлінських рішень та економічних результатів.
50. З наведених принципів системного аналізу реально має місце в природі:
- а) принцип оптимальності;
 - б) принцип ієрархічності;
 - в) принцип інтеграції;
 - г) всі принципи реальні.
51. Правильним є таке твердження:
- а) логістика формує попит, а маркетинг його задовольняє;
 - б) маркетинг формує попит, а логістика його задовольняє;
 - в) маркетинг формує мету обслуговування, а логістика її досягає;
 - г) маркетинг та логістика не взаємозв'язані.

52. Вимоги, які висуваються до організаційних структур управління підприємством:

- а) простота;
- б) значна чисельність управлінців;
- в) зміщення акценту з функції на процес;
- г) цілісність процесу.

53. Логістична операція – це:

- а) мета логістичної системи;
- б) сукупність дій з перетворення потоків;
- в) це складування і упаковка;
- г) один з кроків в проектуванні логістичної системи.

54. Логістичний цикл являє собою:

- а) інтервал часу між оформленням замовлення на постачання та доставкою замовленої продукції на склад споживача;
- б) інтервал часу між оформленням замовлення на постачання та доставкою замовленої продукції на безпосередньо споживачу;
- в) інтервал часу між виробництвом замовлення та доставкою замовленої продукції на склад споживача;
- г) інтервал часу між закупівлею матеріалів та доставкою замовленої продукції на склад споживача.

55. Процес – це:

- а) систематизований набір повторюваних дій, які перетворюють початкові ресурси в кінцевий продукт;
- б) набір дій, які надаються для того, щоб довести продукт до споживача;
- в) інтегрований комплекс послуг, що надаються в процесі обслуговування споживачів, з метою задоволення;
- г) всі відповіді вірні.

56. Зміст такого поняття як «структура» полягає у:

- а) безлічі форм;
- б) збереженні властивостей при будь-яких змінах;
- в) суворій ієрархичності;
- г) з'єднанні частин в цілісну множину.

57. Економічним критерієм ефективності логістичного управління є такий показник:

- а) середні витрати;
- б) сукупні витрати;
- в) постійні витрати;
- г) змінні витрати.

58. Інформаційні джерела, які отримує відділ логістики з зовні:

- а) тарифи на перевезення вантажів;
- б) ставки податків; в) підприємницька потужність постачальників;
- г) умови ринку.

59. Основною характеристикою матеріального потоку підприємства є:

- а) безперервність;
- б) дискретність;
- в) ритмічність;
- г) стійкість.

60. Інформаційні потоки класифікують на:

- а) неперервні, ритмічні;

б) супроводжувальні, ті, що передують та ті, що слідуєть після матеріального потоку;

в) внутрішні, зовнішні, вхідні, вихідні;

г) вірні відповіді б) та в).

61. Види матеріальних потоків:

а) вертикальний, горизонтальний;

б) потоки, що сліdkують одночасно, та потоки, що сліdkують після;

в) оперативний, випадковий;

г) внутрішні, зовнішні, вхідні, вихідні.

62. Логістична інформація обслуговує такі рівні:

а) стратегічне планування;

б) аналіз рішень;

в) управлінський контроль;

г) обслуговування операцій.

63. При збільшенні цін на паливо з пропозицією матеріалопотоків станеться:

а) зростання ціни та скорочення матеріалопотока;

б) зростання ціни;

в) зростання матеріалопотоку й скорочення ціни;

г) зростання цін та зростання матеріалопотоку.

64. Мірою вимірювання векторної товарної маси є:

а) кілометри;

б) тонно-кілометри;

в) шуки;

г) тонни.

65. Не застосовується уточнення «нетто» для таких товарів:

а) м'ясо;

б) посуд;

в) фрукти;

г) всі відповіді вірні.

66. В умовах оптимізації попиту та пропозицій існують такі потоки:

а) фізичний і комунікаційний;

б) інформаційний;

в) фізичний;

г) розподільчий.

67. Якщо розглядати матеріальний потік з погляду конкретної організації, то види діяльності з пересування матеріального потоку розділяються на:

а) попередні й наступні;

б) фіктивні й корисні;

в) орієнтовані й дезорієнтовані;

г) конструктивні й деструктивні.

68. Стандарт – це:

а) діяльність, спрямована на досягнення оптимального ступеня впорядкування у певній області за допомогою встановлення положень для загального і багаторазового використання відносно реально існуючих чи потенційних задач;

б) нормативний документ, розроблений на підставі узгоджень, що характеризується відсутністю заперечень з істотних питань у більшості зацікавлених сторін, прийнятий і затверджений певним органом (організацією);

в) відповідність продукції потребам споживачів;

г) всі відповіді вірні.

69. Більшість підприємств націлює свою систему логістичного менеджменту на:

- а) досягнення високого рівня обслуговування;
 - б) максимізацію прибутки;
 - в) мінімізацію витрат;
 - г) підвищення конкурентоспроможності.
70. Метою логістичного проектування є:
- а) декомпозиція видів діяльності;
 - б) інтеграція логістичної діяльності ;
 - в) підвищення якості;
 - г) всі відповіді правильні.
71. SWOT-аналіз – це:
- а) метод контролю реалізації проекту;
 - б) аналіз слабких і сильних сторін;
 - в) аналіз діяльності конкурентів;
 - г) метод аналізу ієрархій.
72. Фактор ресурсного забезпечення підприємства передбачає:
- а) підвищення наукового рівня робіт з управління ресурсами;
 - б) оптимізацію відтворювальної структури економіки;
 - в) зниження технологічних витрат і відходів на усіх ланках логістичного ланцюга;
 - г) усі відповіді вірні.
73. До логістичної трансформації відноситься зміна параметрів:
- а) форми;
 - б) часу;
 - в) запаху;
 - г) смаку.
74. Якщо розглядати матеріальний потік з погляду конкретної організації, то види діяльності з пересування останнього поділяються на:
- а) попередні й наступні;
 - б) фіктивні й корисні;
 - в) орієнтовані й дезорієнтовані;
 - г) конструктивні й деструктивні.
75. Логістичний менеджмент орієнтується на:
- а) мікрологістичні закономірності управління надскладною надсистемою наскрізних суцільних міжфірмових, міжгалузевих та міжрегіональних потоків, ланцюгів, процесів і систем;
 - б) макрологістичні закономірності управління надскладною надсистемою наскрізних суцільних міжфірмових, міжгалузевих та міжрегіональних потоків, ланцюгів, процесів і систем;
 - в) мезологістичні закономірності управління надскладною надсистемою наскрізних суцільних міжфірмових, міжгалузевих та міжрегіональних потоків, ланцюгів, процесів і систем;
 - г) усі відповіді вірні.
76. Основними механізмами реалізації традиційних управлінських функцій є:
- а) механізм планування, організації і координації;
 - б) механізм організації, мотивації, контролю і координації;
 - в) механізм планування, організації і мотивації;
 - г) усі відповіді вірні.
77. Основними ознаками потоку прийнято вважати:
- а) постійне перебування потоку в динаміці (русі), тобто передавання об'єкта від вихідного положення до наступного;

б) трансформація первинних ресурсів у кінцеву продукцію в результаті поетапної їх зміни і просторі та часі;

в) можливість кількісної зміни параметрів потоку;

г) усі відповіді вірні.

78. Економічними рисами транспортної інфраструктури є:

а) збереження якості матеріального потоку, збільшення ритмічності й організаційності виробництва і роботи транспорту;

б) технічна і економічна неподільність інфраструктурних об'єктів, тривалий період реалізації і дуже довгий період користування, первинність витрат на транспортну інфраструктуру;

в) покращення використання площі підприємства, зменшення простоїв транспортних засобів і транспортних витрат;

г) автоматизація складських та допоміжних операцій.

79. Головною метою відтермінування операцій і консолідації відправлень є:

а) оптимізація запасів;

б) збільшення гнучкості роботи ЛС;

в) оптимізування витрат на транспортування;

г) збільшення якості обслуговування.

80. Ключовим до розуміння категорії «модель» є таке слово:

а) точність;

б) спрощеність (формалізованість);

в) вичислімість;

г) ефективність.

81. До складових внутрішньої логістичної інфраструктури підприємства не відноситься:

а) транспортна, складська інфраструктура;

б) маніпуляційна інфраструктура;

в) інформаційна, фінансова інфраструктура;

г) організаційна інфраструктура.

82. Здатність підприємства дотримуватися планового рівня доступності запасів і функціональності операцій – це критерій:

а) доступності;

б) надійності;

в) реальності;

г) функціональності.

83. Принцип гуманізації результатів логістичних функцій і технологічних рішень у системі логістичного обслуговування полягає у:

а) відповідності екологічним вимогам з охорони навколишнього середовища, соціальним, етичним вимогам обслуговування споживачів;

б) тому, що система логістичного обслуговування споживачів повинна стійко функціонувати при допустимих відхиленнях параметрів і факторів зовнішнього середовища;

в) обліку всієї сукупності витрат, пов'язаних з виконанням замовлень споживачів у формі матеріальних і пов'язаних з ними інформаційних, фінансових та сервісних потоків у логістичній мережі;

г) всі відповіді вірні.

84. Основними властивостями логістичного потоку є:

а) ресурсність, системна організація, цільова орієнтація;

б) процесна узгодженість, елементна структуризація;

в) територіальна локація, правова аллокація;

- г) усі відповіді вірні.
85. Потужність потоку – це :
- а) кількість транспортної маси за одиницю часу в певному пункті;
 - б) віддача транспортної маси в одиницю часу;
 - в) швидкість транспортної маси в одиницю часу;
 - г) кількість транспортної маси в певний момент часу.
86. Принципова перевага логістичного підходу перед традиційним в маркетингу полягає:
- а) у використанні інформаційних технологій;
 - б) у розгляді процесів в русі (потоковий процес);
 - в) у простоті;
 - г) у орієнтації на кінцевого споживача.
87. Завдяки відділу логістики підприємство може:
- а) виконувати перевезення великої ваги;
 - б) автоматизувати отримання замовлень;
 - в) швидко реагувати на відсутність будь-якої сировини;
 - г) швидко реагувати на відсутність готової продукції.
88. При формуванні логістичної стратегії доцільно враховувати:
- а) політику підприємства в сфері інвестицій;
 - б) зовнішні умови;
 - в) транспортну й збутову політику;
 - г) асортимент продукції.
89. Можливість застосовувати альтернативні логістичні стратегії базується:
- а) на інтеграції логістики;
 - б) на диференціації функцій логістики;
 - в) на використанні різних структур логістичних систем;
 - г) на впровадженні електронної комерції.
90. Стратегія, яка передбачає виявлення та розвиток взаємовідносин з високоприбутковими клієнтами та скорочення співпраці з нерентабельними – це стратегія:
- а) підбору клієнта;
 - б) логістичних вмінь;
 - в) оптимального рівня обслуговування;
 - г) низьких витрат на обслуговування.
91. Стратегія постачання реалізується у таких формах, як:
- а) маркетинговий підхід до постачання, спільна оперативна діяльність, концепційне партнерство;
 - б) довгострокові партнерські відносини з постачальником: відсутність браку, максимально висока якість, надійність джерела постачання;
 - в) забезпечення низької ціни на транспорт та надійність постачання спланованого постачальником;
 - г) усі відповіді вірні.
92. Стратегія (модель) управління запасами – це:
- а) сукупність правил, за якими приймається рішення стосовно завдань управління запасами;
 - б) сукупність правил, за якими приймається рішення стосовно питань управління запасами;
 - в) алгоритм дослідження питань управління запасами;
 - г) усе перераховане.
93. Методика розробки стратегії логістичного обслуговування споживачів включає такі етапи:

- а) розробка стратегії;
- б) оцінка задоволеності клієнтів;
- в) аналіз даних і визначення пріоритетів, впровадження;
- г) всі відповіді вірні.

94. За методикою розробки стратегії логістичного обслуговування споживачів система оцінок ступеня задоволеності споживача товарів і послуг створюється на етапі:

- а) розроблення стратегії;
- б) оцінки задоволеності клієнтів;
- в) аналізу даних і визначення пріоритетів;
- г) упровадження стратегії.

95. Особливість неструктурної складності полягає у:

- а) неможливості застосування в економіці;
- б) складності або навіть неможливості вимірювання властивостей;
- в) труднощах з моделюванням;
- г) відсутності структури в системі.

96. Логістична стратегія, в якій зона обслуговування встановлюється на підставі можливостей обслуговування споживачів у встановлені строки, є:

- а) стратегією мінімізації загальних витрат;
- б) стратегією максимізації рівня сервісу;
- в) стратегією конкурентних переваг;
- г) стратегією максимізації прибутку.

97. Сутність логістичної стратегії в сфері просування продукції міститься в:

- а) прогнозуванні матеріалопотоку;
- б) організації вільного розподілу й обміну продукції за певною ціною на товари і послуги;
- в) здійсненні просування продукції від постачальників до споживачів;
- г) визначенні необхідного обсягу продукції для безперебійної роботи підприємства.

98. Стратегія низьких витрат на обслуговування передбачає:

- а) надання обслуговування з низьким рівнем витрат клієнтам, для яких основне значення має ціна обслуговування;
- б) виявлення та розвиток взаємовідносин з високоприбутковими клієнтами та скорочення співпраці з нерентабельними;
- в) виявлення найбільш важливих елементів в обслуговуванні з точки зору споживачів та концентрація існуючих ресурсів на бездоганному виконанні саме цих процесів;
- г) досягнення такого рівня логістичного обслуговування, який максимізує прибуток.

99. Процес, який полягає в поділі споживачів на відносно чіткі групи, для яких необхідно використовувати певні стратегії обслуговування, називається:

- а) диференціація;
- б) оптимізація;
- в) сегментація;
- г) адаптація.

100. Стратегія найважливішого елементу обслуговування передбачає:

- а) виявлення найбільш важливих елементів в обслуговуванні з точки зору споживачів та концентрація існуючих ресурсів на бездоганне виконання саме цих процесів;
- б) виявлення та розвиток взаємовідносин з високоприбутковими клієнтами;
- в) досягнення рівня логістичного обслуговування, який максимізує прибуток;
- г) обслуговування з низьким рівнем витрат.

101. Стратегія підбору клієнта передбачає:

- а) надання обслуговування з низьким рівнем витрат клієнтам, для яких основне значення має ціна обслуговування;
- б) виявлення та розвиток взаємовідносин з високоприбутковими клієнтами та скорочення співпраці з нерентабельними;
- в) виявлення найбільш важливих елементів в обслуговуванні з точки зору споживачів та концентрація існуючих ресурсів на бездоганне виконання саме цих процесів;
- г) досягнення такого рівня логістичного обслуговування, який максимізує прибуток.

102. Основне завдання етапу розробки стратегії обслуговування, яка полягає у створенні системи оцінок ступеня задоволеності споживача товарів і послуг, - це:

- а) розробка стратегії;
- б) оцінка задоволеності клієнтів;
- в) аналіз даних і визначення пріоритетів, впровадження;
- г) впровадження.

103. Види планування в логістиці:

- а) стратегічне, оперативно-календарне, бюджетне;
- б) стратегічне, оперативне, календарне;
- в) стратегічне, бюджетне;
- г) стратегічне, тактичне, оперативне, об'ємно-календарне, бюджетне.

104. Головними питаннями, які потрібно вирішувати у процесі планування матеріально-виробничих запасів, є:

- а) що замовити?;
- б) коли і скільки замовити?;
- в) як здійснювати контроль над матеріальними запасами?;
- г) усе перераховане.

105. Завдання об'ємно-календарного планування можна класифікувати як:

- а) дискретне виробництво, неперервне виробництво;
- б) дискретне виробництво, сегментне виробництво;
- в) неперервне виробництво, сегментне виробництво;
- г) дискретне виробництво, неперервне виробництво, планування роботи цехів.

106. Планування замовлень споживачів необхідне для:

- а) того, щоб підприємство мало можливість визначити, чи вистачить йому коштів та ресурсів на виготовлення продукції;
- б) того, щоб зрозуміти, коли саме споживач бажає отримати замовлення;
- в) оптимізації завантаження виробничих потужностей підприємства, та їх більш рівномірного розподілу за часом;
- г) оптимізації процесу виконання замовлень споживачів.

107. Під сумісним плануванням в транспортному комплексі розуміють:

- а) узгодженість параметрів транспортних засобів як в межах окремих видів, так і в міжвидовому розрізі;
- б) використання єдиної технології транспортування, прямі перевантаження, безперевантажувальне сполучення;
- в) загальну методологію дослідження кон'юнктури ринку та побудови тарифної системи;
- г) розробку та використання єдиних планів, графіків.

108. Характеристиками завдань оперативного планування є планування:

а) в межах короткострокового часового горизонту, в якому вимоги до кінцевих продуктів, поточної роботи, приймання сировинних матеріалів та комплектуючих від продавців достатньо добре відомі;

б) обсягів робіт за логістичними функціями;

в) транспортного обслуговування, включаючи оптимізацію маршрутів, обсягів перевезень за видами транспорту;

г) структури запасів, включаючи управління запасами, зворотною продукцією.

109. Витратний механізм планування показує, що:

а) ціна продукту формується з повної собівартості плюс заданого відсотка рентабельності;

б) ціна продукту формується на основі моделі попиту-пропозиції;

в) ціна продукту формується на основі середньоринкової ціни;

г) ціна продукту формується на основі маркетингового аналізу.

110. Типовими об'єктами рішень в логістиці постачання є:

а) планування матеріальних потреб, реалізація матеріальних потреб за джерелами, реалізація матеріальних потреб в площині просторово-часової трансформації, регулювання параметрів матеріального потоку від джерела постачання до першого робочого місця в сфері виробництва;

б) формування структури продукту, дослідження ринку постачання, співпраця з постачальниками;

в) внутрішня співпраця з організаційними одиницями підприємства, застосування сучасних технологій і методів для прийняття раціональних управлінських рішень, оптимізація інформаційних потоків;

г) зниження обсягів запасів матеріально-технічних ресурсів та забезпечення безперешкодного просування товарів ланцюгом постачання.

111. Головними питаннями, які потрібно вирішувати у процесі планування матеріально-виробничих запасів, є:

а) що замовити?;

б) коли і скільки замовити?;

в) як здійснювати контроль над матеріальними запасами?;

г) усе перераховане.

112. Метою ресурсного забезпечення системи управління підприємством є:

а) координація оперативного управління товарорухом через комплексне використання складів;

б) оптимізація сукупних витрат на переміщення продукції;

в) своєчасне забезпечення споживачів підприємства необхідними видами ресурсів потрібної якості та кількості;

г) розвиток специфічних функцій управління товарорухом.

113. До відмінних рис підходу до управління матеріальними ресурсами на основі концепції J I T належить:

а) відсутність страхових запасів ;

б) низький пріоритет збутової політики;

в) максимізація обсягів виробництва готової продукції;

г) велика кількість постачальників.

114. Логістичний підхід до управління запасами у системі матеріально-технічного забезпечення промислових і торговельних підприємств передбачає:

а) урахування функціонально-орієнтованої концепції;

б) відмову від функціонально-орієнтованої концепції;

в) розширення функціонально-орієнтованої концепції;

г) усе перераховане.

115. Концепція планування потреб/ресурсів – це:
- а) DRP;
 - б) MRP;
 - в) KANBAN;
 - г) ЛТ.
116. Без зворотного зв'язку (із споживачами) неможлива така логістична концепція:
- а) ЛТ;
 - б) MRP-II;
 - в) QR;
 - г) всі відповіді вірні.
117. Логістична концепція «точно у строк» характеризується:
- а) раціональною організацією і збалансованістю виробництва, партнерством лише з надійними постачальниками і перевізниками;
 - б) загальним контролем якості на всіх стадіях виробничого процесу та якості вихідних матеріальних ресурсів у постачальників;
 - в) мінімальними запасами матеріальних ресурсів, незавершеного виробництва, готової продукції, короткими виробничими циклами, невеликими обсягами виробництва і поповнення запасів;
 - г) всі відповіді вірні.
118. Виробнича стратегія «Lean production» будується на таких елементах, як:
- а) паралельність розвитку виробництва і виробничих засобів, гарантія безперервного зниження витрат;
 - б) гнучкий процес виготовлення за рахунок впровадження принципів «just-in-time», Канбан-системи, безпомилкова стратегія;
 - в) постійне покращання продукту і процесу, що в японській філософії підприємництва називається системою «Kaisen», сегментація виготовлення;
 - г) усі відповіді вірні.
119. Застосування концепції just-in-time в логістичній системі призводить до зниження:
- а) витрат;
 - б) запасів;
 - в) амортизаційних відрахувань;
 - г) всі відповіді вірні.
120. Причина уповільнення впровадження принципу роботи «у відповідь на попит»:
- а) конкуренція між суб'єктами підприємства ;
 - б) велика залежність від енергоресурсів;
 - в) неможливість організувати консолідацію відправлень;
 - г) бурхливий економічний розвиток України.
121. Постачальник, що відправляє матеріали безпосередньо на виробниче підприємство для здійснення з ними подальших операцій, називається:
- а) постачальником четвертого рівня;
 - б) постачальником третього рівня;
 - в) постачальником другого рівня;
 - г) постачальником першого рівня.
122. Функціональними цілями виробничої логістики є:
- а) мінімізація оборотних коштів у незавершій продукції, поглиблення спеціалізації, максимізація використання виробничої потужності, мінімізація витрат ручної праці, мінімізація тривалості оборотного циклу, мінімізація витрат поставки готових упакованих виробів для сфери збуту;

б) планування виробничої програми, планування виробничого процесу, планування використання потужності;

в) планування матеріального потоку, внутрішньовиробниче транспортування, виробничий контроль, виробничий менеджмент;

г) проміжне складування, екологізація виробництва, пакування.

123. Для традиційних методів організації виробництва характерна:

а) штовхаюча модель управління потоками;

б) тягнуча модель управління потоками;

в) система MRP I (material resource planning I) – система планування потреби у ресурсах I;

г) система DRP (Distribution resource planning) – планування розподілу ресурсів.

124. У сферах виробництва й обігу застосування логістики дозволяє:

а) знизити запаси на всьому шляху руху матеріального потоку;

б) знизити прямі витрати;

в) скоротити витрати на організаційну структуру підприємства;

г) вірна відповідь відсутня.

125. Опорним планом в транспортній задачі називається такий план, в якому:

а) кількість ненульових перевезень дорівнює сумі кількостей постачальників і споживачів мінус одиниця;

б) кількість ненульових перевезень дорівнює сумі кількостей постачальників і споживачів плюс одиниця;

в) кількість ненульових перевезень дорівнює сумі кількостей постачальників і споживачів;

г) кількість всіх перевезень дорівнює сумі кількостей постачальників і споживачів.

126. Елементами маркетингової концепції виступають:

а) задоволення споживачів, прибуток компанії;

б) ефективний розподіл бюджету, скорочення сукупних витрат;

в) отримання максимального прибутку, скорочення сукупних витрат;

г) задоволення споживачів, інтегровані зусилля, прибуток компанії.

127. Сервісні підрозділи товаровиробників та спеціалізовані посередники – це:

а) продукти обслуговування;

б) суб'єкти обслуговування;

в) об'єкти обслуговування;

г) цілі обслуговування.

128. До основних чинників, які формують життєвий цикл логістичної послуги, відносяться:

а) чинники, які пов'язані з часом, формою і якістю логістичних послуг;

б) чинники, які пов'язані з місцем надання послуг;

в) чинники, які пов'язані з функціонуванням ринку;

г) усі відповіді вірні.

129. Логістичні операції при обслуговуванні під час продажу спрямовані на:

а) формування та узгодження умов співробітництва;

б) підтримку оптимальних експлуатаційних характеристик придбаного товару і створення умов для тривалого співробітництва;

в) перевірку документів;

г) реалізацію юридично оформлених домовленостей.

130. Системний підхід до обслуговування передбачає виділення таких елементів:

а) цілі, об'єкти, суб'єкти;

б) продукти, засоби, методи;

в) процеси, сфери обслуговування;

г) всі відповіді вірні.

131. Юридична або фізична особа, яка купує продукт (товар, роботу чи послугу), тобто отримує продукт та платить за нього гроші – це:

- а) клієнт;
- б) споживач;
- в) посередник;
- г) бізнес-партнер.

132. Юридична або фізична особа, яка користується певним продуктом або споживає його – це:

- а) клієнт;
- б) постачальник;
- в) споживач;
- г) посередник.

133. Обслуговування – це: а) процес, тобто сукупність дій (операцій), що виконуються виробником послуги при безпосередньому контакті зі споживачами;

б) інтегрований комплекс послуг, що надаються в процесі обслуговування споживачів з метою найбільш повного задоволення їх потреб;

в) комплекс послуг, пов'язаних з технічним передпродажним, продажним і післяпродажним обслуговуванням;

г) специфічний вид продукції, що задовольняє потреби споживачів.

134. Підтримка постійного контакту зі своїми споживачами дає можливість компаніям-виробникам:

- а) успішно функціонувати на ринку;
- б) визначати ринкову рівновагу попиту та пропозиції;
- в) виявляти та задовольняти запити споживачів;
- г) підвищувати доходи.

135. Види корисності для споживача, які забезпечуються логістикою:

- а) корисність місця;
- б) корисність володіння;
- в) корисність володіння та часу;
- г) корисність місця та часу.

136. Створення системи оцінок ступеня задоволеності споживача товарів і послуг є основним завданням такого етапу розробки стратегії обслуговування:

- а) розробка стратегії;
- б) оцінка задоволеності клієнтів;
- в) аналіз даних і визначення пріоритетів, впровадження;
- г) впровадження.

137. Критерій логістичного обслуговування «доступність» – це:

а) наявність запасів там, де вони потрібні споживачам;

б) узагальнюючий показник, який характеризує кількість та діапазон зміни якості логістичних послуг;

в) здатність системи обслуговування підтримувати очікувані строки й прийнятну мінливість операцій;

г) відповіді а) та в) вірні.

138. «Якість продукції» при оцінці якості відображає:

а) ту ступінь, в якій продукція чи послуга, що надаються підприємством, відповідають внутрішнім специфікаціям;

б) рівень якості самого товару, конструкції чи переліку послуг;

в) ту ступінь, в якій товари фактично задовольняють потреби клієнтів;

г) вірна відповідь відсутня.

139. Сукупність організаційної структури, процедур, процесів і ресурсів, необхідних для забезпечення оптимального рівня обслуговування, – це:

- а) система логістичного обслуговування споживачів;
- б) логістичне обслуговування;
- в) сервіс;
- г) підприємство.

140. Споживач – це:

- а) юридична або фізична особа, яка користується даним продуктом (товаром, роботою чи послугою) або споживає його;
- б) тільки фізична особа, яка користується даним продуктом (товаром, роботою чи послугою) або споживає його;
- в) юридична або фізична особа, котра купує даний продукт (товар, роботу чи послугу), тобто отримує продукт та платить за нього гроші;
- г) вірні відповіді а) і в).

141. Основними задачами, які мають бути вирішені в межах логістичного обслуговування споживачів є:

- а) прогнозування потреби в продукції;
- б) збір і обробка замовлень;
- в) визначення оптимального рівня обслуговування; г) всі відповіді вірні.

142. Цінність товару (послуги) являє собою:

- а) діалектичну єдність корисності речі для споживача, а також витрат для виробника;
- б) діалектичну єдність цінності речі для споживача, а також вартості для виробника;
- в) діалектичну єдність цінності речі для споживача, а також її собівартості для виробника;
- г) діалектичну єдність корисності речі для споживача, а також вартості для виробника.

143. Аналіз мотивацій клієнтів дає можливість розбити їх на такі категорії:

- а) найнижча ціна пропозиції, потреба залишити все як є, якість товарів та послуг, стабільність;
- б) потреба в новому, якість товарів та послуг, захищеність споживача, найнижча ціна пропозиції;
- в) найнижча ціна пропозиції, потреба в новому, почуття причетності, стабільність взаємовідносин;
- г) найнижча ціна пропозиції, потреба в новому, стабільність, захищеність споживача.

144. Рівень обслуговування споживачів залежить від:

- а) виду і ціни продукції, умов транспортування і збереження, відстані переміщення продукції, обсягу збуту (потужності потоку) продукції;
- б) швидкості збуту (інтенсивності продажів) продукції, розміру партій та інтервалів постачань, відповідності графіків постачань і споживання продукції, умов оплати торгової угоди;
- в) відповіді а) та б) вірні;
- г) вірна відповідь відсутня.

145. Сервісний логістичний потік представляє собою:

- а) раціонально організоване переміщення матеріальних ресурсів між економічними суб'єктами у відповідному часовому інтервалі з нарощуванням вартості, пов'язаним з переробкою ресурсів і виготовленням продуктів для кінцевого споживача;

б) рух фінансових ресурсів, необхідний для забезпечення ефективної логістичної діяльності на основі використання оптимальних схем поєднання потокових процесів у логістичних системах та між ними;

в) сукупність повідомлень, необхідних для управління логістичними процесами, потоками та системами вздовж логістичного ланцюга;

г) своєчасне надання інформації щодо формування і переміщення логістичних потоків та координації управлінських дій, дотримання обумовлених термінів руху і структури цих потоків, надання комфортності споживачам на завершальному етапі товароруху, після продажне обслуговування.

146. Процес, який полягає в поділі споживачів на відносно чіткі групи, для яких необхідно використовувати певні стратегії обслуговування, називається:

а) диференціація; б) оптимізація; в) сегментація; г) адаптація.

147. Взаємодія маркетингу і логістики на стадії спаду життєвого циклу товару повинна сприяти:

а) забезпеченню необхідного рівня доступності товару та оперативності поставок;

б) формуванню збалансованих відносин обслуговування/витрати для досягнення оптимального функціонування підприємства;

в) забезпеченню вибіркового обслуговування, зосередження на ключових клієнтах;

г) виводу товар з ринку найбільш економічним чином.

148. На стадії насичення (зрілості) життєвого циклу товару якісне логістичне обслуговування забезпечується за рахунок:

а) високої логістичної оперативності та значних витрат;

б) збалансованих відносин обслуговування/ витрати;

в) селективного обслуговування та незначних логістичних витрат;

г) значних логістичних витрат, необхідних для продовження «життя» товару.

149. Суб'єктами обслуговування є:

а) внутріфірмова (невиробнича) діяльність та послуги, які надаються клієнтам;

б) споживачі (люди, група людей або організації) та товарно-матеріальні цінності;

в) сервісні підрозділи товаровиробників, спеціалізовані посередники;

г) вірні відповіді а) та б).

150. Показники якості обслуговування, що вимірюються на певний момент часу, називають:

а) стійкими змінними;

б) плаваючими змінними;

в) статичними змінними;

г) рухомими змінними.

151. Для визначення думки споживачів щодо рівня обслуговування застосовують:

а) опитування і анкетування;

б) тестування і опитування;

в) опитування і листування;

г) опитування і облік.

152. Максимально часто контактувати з цими клієнтами, надавати їм бонуси, проводити спільні роботи – це рекомендована політика при роботі з клієнтами, які мотивовані:

а) найнижчою ціною пропозиції;

б) потребою в новому;

в) почуттям причетності;

г) почуттям стабільності.

153. Логістичний підхід до сегментації споживачів передбачає використання:

а) SWOT-аналізу;

- б) ABC-XYZ-аналізів;
- в) контент-аналізу;
- г) всі відповіді вірні.

154. Той, хто одержує продукт безпосередньо після операцій, що виконані в організації, називається:

- а) споживачем четвертого рівня;
- б) споживачем третього рівня;
- в) споживачем другого рівня;
- г) споживачем першого рівня.

155. Логістичний підхід до сегментування клієнтської бази компанії передбачає використання:

- а) Home-test, XYZ-аналізу;
- б) Retail Audit, ABC-аналізу;
- в) ABC, XYZ-аналізів;
- г) SWOT, ABC, XYZ-аналізів.

156. Систематизований набір повторюваних дій або операцій, які перетворюють початкові ресурси у кінцевий продукт чи послугу – це:

- а) замовлення;
- б) обслуговування;
- в) процес;
- г) керування замовленнями.

157. До інтеграційних функцій логістичного обслуговування належать:

- а) організація виробничого процесу, при якому різні функціональні підрозділи компанії повинні працювати разом для задоволення потреб споживачів;
- б) безупинна і постійна підтримка членів колективу керівниками;
- в) розвиток зв'язків «постачальник-одержувач»;
- г) вірні відповіді а) і в).

158. Здатність підприємства дотримуватися планового рівня доступності запасів і функціональності операцій – це показник:

- а) оперативності;
- б) надійності обслуговування;
- в) корисності;
- г) гнучкості та адаптивності.

159. Зміст угоди з продажу перевезень включає:

- а) управління доходами перевізника;
- б) визначення режиму найбільшого продажу;
- в) використання популярних знижок ;
- г) реєстр обміну і повернення авіап перевезень.

160. До ULD можна віднести: а) піддони; б) залізничні вагони під час залізничного перевезення; в) контейнери; г) вірні відповіді а) та в).

161. Виявлення найбільш важливих елементів з точки зору споживачів та концентрація існуючих ресурсів на їх бездоганному виконанні є особливістю такої стратегії:

- а) стратегії найважливішого елементу обслуговування;
- б) стратегії оптимального рівня обслуговування;
- в) стратегії підбору клієнта;
- г) стратегії низьких витрат на обслуговування.

162. За даними наукових джерел, реалізація проектів по впровадженню концепції управління ланцюгами поставок сприяє зниженню рівня запасів:

- а) до 60%;

- б) до 50%;
- в) до 40%;
- г) до 30%.

163. Прикладами «психологічної якості» продукції або обслуговування можуть бути:

- а) вірність рекламних оголошень, відсутність помилок при складанні різної супровідної документації, при виконанні банківських операцій;
- б) гостинність, ввічливість, турботливість;
- в) якість продукції, яка купується, якість харчування в ресторані, термін служби запасних частин;
- г) гарантійний строк експлуатації продукції, прописана технологія обслуговування

164. Наявність запасів там, де вони потрібні споживачам – це критерій: а) надійності; б) якості; в) доступності; г) функціональності.

165. Згідно матриці ABC-XYZ-аналізу споживачі з низьким рівнем прибутковості та високим ступенем надійності прогнозу споживання належать до групи:

- а) CX;
- б) BY;
- в) CZ;
- г) AZ.

166. Згідно матриці ABC-XYZ-аналізу споживачі з низьким рівнем прибутковості та середнім ступенем надійності прогнозу споживання належать до групи:

- а) AX;
- б) CY;
- в) CZ;
- г) AZ.

167. Згідно матриці ABC-XYZ-аналізу споживачі з низьким рівнем прибутковості та низьким ступенем надійності прогнозу споживання належать до групи: а) AX; б) BY; в) CZ; г) AZ.

168. Робота логістичного центру повинна будуватися на:

- а) семи основних принципах;
- б) восьми основних принципах;
- в) дев'яти основних принципах;
- г) десяти основних принципах.

169. Логістичне обслуговування опирається на такі фундаментальні положення:

- а) обсяг продажів є важливішим ніж прибуток;
- б) продукти і послуги мають значимість тільки тоді, коли вони доступні в потрібний час в потрібному місці певним споживачам;
- в) продукти та послуги важливіші за потреби і запити споживачів;
- г) всі відповіді вірні.

170. Логістичне обслуговування споживачів – це:

- а) процес, що виконується виробником послуги при безпосередньому контакті зі споживачами;
- б) інтегрований комплекс послуг, що надаються в процесі обслуговування споживачів з метою найбільш повного задоволення їх потреб;
- в) важлива складова процесу обслуговування, яка дає можливість забезпечити необхідний рівень задоволення потреб споживачів за умови підтримки ефективного рівня витрат у ланцюзі постачань;
- г) специфічний вид продукції, що задовольняє потреби споживачів.

171. Сутність концепції «швидкого реагування» полягає у:

- а) швидкому надходженні продукції за бажанням клієнта;
- б) максимально швидкій оцінці виниклого попиту та гнучкості його задоволення;
- в) масовому виробництві, що припускає розмаїтість;
- г) максимально швидкому обслуговуванні споживачів.

172. До принципів логістичного обслуговування споживачів не відноситься:

- а) орієнтація на задоволення потреб споживачів;
- б) орієнтація на вдосконалення процесів і процедур з обслуговування споживачів;
- в) участь співробітників усіх підрозділів підприємства у забезпеченні необхідного рівня обслуговування споживачів;
- г) прогнозування потреби в продукції.

173. Розрив в обслуговуванні, який викликаний недостовірною рекламою – це розрив між:

- а) споживчими очікуваннями та їх сприйняттям керівництвом компанії;
- б) специфікаціями якості послуг і якістю надаваних послуг;
- в) надаваними послугами й зовнішньою інформацією;
- г) очікуваннями споживачів та їхнім сприйняттям отриманих послуг.

174. Сутність концепції «масової кастомізації» полягає в:

- а) забезпеченні споживачів найкращою цінністю, сервісом і розмаїтістю товарів за допомогою підходу до вдосконалення ланцюга поставок, заснованого на співробітництві;
- б) забезпеченні індивідуального підходу при виробництві товарів;
- в) можливості створення великої кількості різних специфікованих виробів з існуючих стандартних компонентів і модулів;
- г) зміні порядку дій у виробництві та логістиці, коли перетворення стандартного продукту в специфічну модифікацію відкладається до певного моменту.

175. Замовлення – це:

- а) комплекс послуг, що надаються в процесі обслуговування споживачів;
- б) інформаційна одиниця логістичних операцій, що у загальному випадку являє собою бланк, який проходить всі стадії обслуговування споживачів;
- в) послуга, якою може скористатися клієнт у будь-який час;
- г) діяльність, спрямована на те, щоб товар у потрібний момент надійшов до клієнта.

176. До операційного рівня задач проектування дистрибутивної мережі не належить:

- а) проектування, будівництво або модернізація складів;
- б) ІТ забезпечення управління дистрибуцією;
- в) впровадження процедур і документообігу;
- г) впровадження системи управління складом (WMS), системи керування перевезеннями (TMS).

177. Логістичні операції, спрямовані на реалізацію юридично оформлених домовленостей відносяться до:

- а) допродажних;
- б) підчаспродажних;
- в) післяпродажних;
- г) всі відповіді вірні.

178. До тактичного рівня задач проектування дистрибутивної мережі не належить:

- а) розробка типової моделі регіональної підмережі дистрибуції;
- б) розробка процедур і документообігу;
- в) система планування;
- г) впровадження системи КРІ у логістиці компанії.

179. Прогнозування потреби в продукції, контроль над рівнем запасів, збір і обробка замовлень, визначення оптимального рівня обслуговування, контроль над процесом виконання замовлення – це:

- а) основні задачі логістичного обслуговування;
- б) основні принципи логістичного обслуговування;
- в) основні цілі логістичного обслуговування;
- г) всі відповіді вірні.

180. Сукупність дій (операцій), що виконуються виробником послуги при безпосередньому контакті зі споживачами, – це:

- а) послуга;
- б) виконання замовлення;
- в) обслуговування;
- г) сервіс.

181. Головна мета консолідації відправлень:

- а) збільшення гнучкості роботи логістичної системи;
- б) економія на запасах;
- в) ліквідація прогнозів в діяльності логістичної системи;
- г) збільшення якості обслуговування.

182. Основні етапи процесу управління замовленням такі:

- а) отримання замовлення, обробка замовлення, відбір і комплектація замовлення, доставка замовлення;
- б) планування замовлень, передача замовлення, обробка замовлення, відбір і комплектація замовлення, доставка замовлення;
- в) планування замовлень, передача замовлення, розгляд замовлення, обробка замовлення, відбір і комплектація замовлення, доставка замовлення;
- г) передача замовлення, розгляд замовлення, обробка замовлення, відбір і комплектація замовлення, доставка замовлення.

183. Для відбору та комплектації замовлення на складі необхідна така інформація:

- а) які товари слід відбирати, де їх знайти, у якому порядку вони повинні бути зібрані для кожного замовлення;
- б) які товари слід відбирати, де їх знайти, у якому порядку вони повинні бути зібрані для кожного замовлення, пункт доставки;
- в) які товари слід відбирати, у якому порядку вони повинні бути зібрані для кожного замовлення;
- г) які товари варто відбирати, де їх знайти, пункт доставки.

184. Послуга – це:

- а) безкоштовні види продукції, які надаються клієнтам;
- б) супутні дії, які виконуються в процесі виробництва товарів;
- в) специфічний вид продукції, що задовольняє потреби споживачів;
- г) специфічний вид продукції, що задовольняє потреби підприємства.

185. Критерій оцінки логістичного обслуговування споживачів «надійність» означає:

- а) наявність запасів там, де вони потрібні споживачам;
- б) здатність системи обслуговування підтримувати очікувані строки й прийнятну мінливість операцій;
- в) здатність підприємства дотримуватися планового рівня доступності запасів та функціональності операцій;
- г) здатність підприємства дотримуватися максимального рівня доступності запасів та функціональності операцій.

186. Клієнти, взаємовідносини з якими носять стабільний характер та легко прогножуються, – це:

- а) клієнти, що витрачають багато і часто;
- б) клієнти групи А;
- в) лояльні клієнти;
- г) клієнти групи Х.

187. До стратегічного рівня задач проектування дистрибутивної мережі не належить:

- а) розробка корпоративної моделі ланцюга постачань;
- б) визначення транспортних стратегій;
- в) позиціонування логістики в структурі управління компанією;
- г) проектування дистрибутивної мережі.

188. Постачальник, який відправляє матеріали безпосередньо на виробниче підприємство для здійснення з нею подальших операцій, називається постачальником:

- а) четвертого рівня;
- б) третього рівня;
- в) другого рівня;
- г) першого рівня.

189. Той, хто одержує продукт безпосередньо після операцій, що виконані в організації, називається споживачем:

- а) четвертого рівня;
- б) третього рівня;
- в) другого рівня;
- г) першого рівня.

190. Передача пасажирів, багажу, вантажу з одного рейсу на інший рейс називається:

- а) трансфер;
- б) форвард;
- в) франшизинг;
- г) технічна посадка.

191. На поліпшення обслуговування, коли вже є досягнутий певний рівень, орієнтовано впровадження такого стандарту:

- а) ISO;
- б) TQM;
- в) TBM;
- г) MRP.

192. Business to customer – це:

- а) взаємовідношення з компаніями-клієнтами, які представляють собою безпосереднє комерційне оточення фокусної фірми;
- б) взаємовідношення з клієнтами-споживачами, які представляють собою кінцевих споживачів всього ланцюга постачань;
- в) взаємовідношення з клієнтами-посередниками, які представляють собою опосередкованих споживачів ланцюга постачань;
- г) взаємовідношення зі споживачами фірми-конкурента.

193. B2B – це:

- а) business to customer;
- б) взаємовідношення з клієнтами-споживачами, які представляють собою кінцевих споживачів всього ланцюга постачань;
- в) взаємодія з компаніями-клієнтами, які представляють собою безпосереднє комерційне оточення фокусної фірми;

г) всі відповіді вірні.

194. Діяльність, спрямована на досягнення оптимального ступеня впорядкування у певній сфері за допомогою встановлення положень для загального і багаторазового використання відносно реально існуючих чи потенційних задач, – це:

- а) сертифікація;
- б) стандартизація;
- в) уніфікація;
- г) стандарт.

195. Клієнт має право:

а) визначати маршрут прямування вантажу та вид транспорту;
б) обирати або змінювати вид транспорту, маршрут перевезення, порядок перевезення вантажу;

в) змінювати маршрут доставки вантажу і кінцевого вантажоодержувача, завчасно повідомивши про це експедитора, з відшкодуванням витрат на зміну маршруту відповідно до договору транспортного експедирування;

г) вірні відповіді а) та в).

196. Виконання замовлень споживачів з погляду розроблених і впроваджених стандартів обслуговування – це:

- а) один з принципів логістичного обслуговування споживачів;
- б) одна з цілей логістичного обслуговування споживачів;
- в) одна з інтеграційних функцій логістичного обслуговування споживачів;
- г) основна властивість послуги.

197. Група ВУ при сегментації споживачів характеризується:

а) високою прибутковістю споживачів та високим ступенем надійності прогнозу споживання;

б) середньою прибутковістю споживачів та середнім ступенем надійності прогнозу споживання;

в) високою прибутковістю споживачів та середнім ступенем надійності прогнозу споживання;

г) високою прибутковістю споживачів та низьким ступенем надійності прогнозу споживання.

198. Клієнти, які вимагають рівень обслуговування, що набагато перевищує масштаби їхніх замовлень – це:

- а) неекономічні клієнти;
- б) клієнти, що прагнуть купити дешевше;
- в) неплатники; г) клієнти, що не мають потреби у продукті компанії.

199. Система поглядів на підвищення ефективності функціонування систем обслуговування на основі оптимізації матеріальних потоків, – це:

- а) концепція логістичного обслуговування споживачів;
- б) логістична стратегія обслуговування споживачів;
- в) політика обслуговування споживачів;
- г) система логістичного обслуговування споживачів.

200. Сервіс – це:

а) процес, що виконується виробником послуги при безпосередньому контакті зі споживачами;

б) інтегрований комплекс послуг, що надаються в процесі обслуговування споживачів з метою найбільш повного задоволення їх потреб;

в) важлива складова процесу обслуговування, яка дає можливість забезпечити необхідний рівень задоволення потреб споживачів за умови підтримки ефективного рівня витрат у ланцюзі постачань;

г) специфічний вид продукції, що задовольняє потреби споживачів.

8. Методи навчання

Методами навчання є способи спільної діяльності й спілкування викладача і здобувачів вищої освіти, що забезпечують вироблення позитивної мотивації навчання, оволодіння системою професійних знань, умінь і навичок, формування наукового світогляду, розвиток пізнавальних сил, культури розумової праці майбутніх фахівців.

Під час навчального процесу використовуються наступні методи навчання:

Залежно від джерела знань: словесні (пояснення, бесіда, дискусія, діалог); наочні (демонстрація, ілюстрація); практичні (рішення задач, ділові ігри).

За характером пізнавальної діяльності: пояснювально-наочний проблемний виклад; частково-пошуковий та дослідницький методи.

За місцем в навчальній діяльності:

- методи організації й здійснення навчальної діяльності, що поєднують словесні, наочні і практичні методи; репродуктивні й проблемно-пошукові; методи навчальної роботи під керівництвом викладача й методи самостійної роботи здобувачів вищої освіти;

- методи контролю й самоконтролю за навчальною діяльністю: методи усного, письмового контролю; індивідуального й фронтального, тематичного і систематичного контролю.

У процесі викладання навчальної дисципліни для активізації навчально-пізнавальної діяльності здобувачів вищої освіти передбачено застосування таких навчальних технологій:

- *робота в малих групах* дає змогу структурувати практично-семінарські заняття за формою і змістом, створює можливості для участі кожного здобувача вищої освіти в роботі за темою заняття, забезпечує формування особистісних якостей та досвіду соціального спілкування;

- *семінари-дискусії* передбачають обмін думками і поглядами учасників з приводу даної теми, а також розвивають мислення, допомагають формувати погляди і переконання, вміння формулювати думки й висловлювати їх, вчать оцінювати пропозиції інших людей, критично підходити до власних поглядів;

- *мозкові атаки* – метод розв'язання невідкладних завдань, сутність якого полягає в тому, щоб висловити як найбільшу кількість ідей за обмежений проміжок часу, обговорити і здійснити їх селекцію;

- *кейс-метод* – метод аналізу конкретних ситуацій, який дає змогу наблизити процес навчання до реальної практичної діяльності фахівців і передбачає розгляд виробничих, управлінських та інших ситуацій, складних конфліктних випадків, проблемних ситуацій, інцидентів у процесі вивчення навчального матеріалу;

- *презентації* – виступи перед аудиторією, що використовуються для подання певних досягнень, результатів роботи групи, звіту про виконання індивідуальних завдань, інструктажу, демонстрації;

9. Форми контролю

Відповідно до «Положення про екзамен та заліки у здобувачів вищої освіти ступеня доктор філософії в Національному університеті біоресурсів і природокористування України», затвердженого Вченою радою НУБіП України від 24.05.2017 р., протокол №11 із внесеними змінами Вченою радою НУБіП України від 29 травня 2020 р., протокол №10, видами контролю знань здобувачів вищої освіти ступеня доктор філософії є поточний контроль, проміжна та підсумкова атестації.

Поточний контроль здійснюється під час проведення практичних, лабораторних та семінарських занять і має на меті перевірку рівня підготовленості здобувачів вищої освіти до виконання конкретної роботи.

Проміжна атестація проводиться після вивчення програмного матеріалу і має визначити рівень знань здобувачів вищої освіти з програмного матеріалу, отриманих під час усіх видів занять і самостійної роботи.

Форми та методи проведення проміжної атестації, засвоєння програмного матеріалу розробляються лектором дисципліни і затверджується відповідною кафедрою у вигляді тестування, письмової контрольної роботи, колоквіуму, результату експерименту, що можна оцінити чисельно, розрахункової чи розрахунково-графічної роботи тощо.

Засвоєння здобувачем вищої освіти програмного матеріалу вважається успішним, якщо рейтингова оцінка його становить не менше, ніж 60 балів за 100-бальною шкалою.

Семестрова атестація проводиться у формах семестрового екзамену або семестрового заліку з конкретної навчальної дисципліни.

Семестровий екзамен (далі – *екзамен*) – це форма підсумкової атестації засвоєння здобувачем вищої освіти теоретичного та практичного матеріалу з навчальної дисципліни за семестр.

Семестровий залік (далі – *залік*) – це форма підсумкової атестації, що полягає в оцінці засвоєння здобувачем вищої освіти теоретичного та практичного матеріалу (виконаних ним певних видів робіт на практичних, семінарських або лабораторних заняттях та під час самостійної роботи) з навчальної дисципліни за семестр.

Диференційований залік – це форма атестації, що дозволяє оцінити виконання та засвоєння здобувачем вищої освіти програми педагогічної практики.

Здобувачі вищої освіти зобов'язані складати екзамени і заліки відповідно до вимог навчального плану у терміни, передбачені графіком освітнього процесу. Зміст екзаменів і заліків визначається навчальними програмами дисциплін.

10. Розподіл балів, які отримують здобувачі

Оцінювання знань здобувачів вищої освіти відбувається за 100-бальною шкалою і переводиться в національні оцінки згідно з табл. 1 «Положення про екзамени та заліки у здобувачів вищої освіти ступеня доктор філософії в Національному університеті біоресурсів і природокористування України», затвердженого Вченою радою НУБіП України від 24.05.2017 р., протокол №11 із внесеними змінами Вченою радою НУБіП України від 29 травня 2020 р., протокол №10.

Таблиця 1. Співвідношення між рейтингом здобувача вищої освіти і національними оцінками

Рейтинг аспіранта, бали	Оцінка національна за результати складання	
	екзаменів	заліків
90-100	відмінно	зараховано
74-89	добре	зараховано
60-73	задовільно	зараховано
0-59	незадовільно	незараховано

Заліки для здобувачів вищої освіти денної, вечірньої та заочної форм навчання проводяться методом тестування. На заліку, що проводиться методом тестування, рейтинг здобувача вищої освіти з атестації R_{AT} (не більше 30 балів) визначається за формулою (1):

$$R_{AT} = \frac{K_{\text{прав}}}{K_{\text{зар}}} \cdot 30 \quad (1)$$

де $K_{\text{прав}}$ – к ількість правильних елементів у бланку відповідей здобувача вищої освіти

$K_{\text{заг}}$ – загальна кількість елементів у бланку еталонних відповідей.

Рейтинг здобувача вищої освіти з атестації округлюється до цілого числа.

Для визначення рейтингу здобувача вищої освіти із засвоєння дисципліни $R_{\text{дис}}$ (до 100 балів) одержаний рейтинг з атестації (до 30 балів) додається до рейтингу з навчальної роботи $R_{\text{НР}}$ (до 70 балів):

$$R_{\text{дис}} = R_{\text{НР}} + R_{\text{ат}} \quad (2)$$

11. Методичне забезпечення

1. Електронний навчальний курс «Логістичний менеджмент» <https://elearn.nubip.edu.ua/mod/page/view.php?id=356145>
2. Курилова Н. М. Логістика: методичні вказівки до виконання практичних робіт з навчальної дисципліни для студентів економічних спеціальностей / Н. М. Курилова. Харків. 2019. 30 с.

12. Рекомендована література

Базова

1. Горбенко О. В. Логістика : навч. посібник / О. В. Горбенко. Київ: Знання. 2016. 315 с.
2. Крикавський Є. В. Логістика для економістів: підручник. Друге видання, виправлене і доповнене. / Є. В. Крикавський. Львів: Видавництво Львівської політехніки. 2014. 476 с.
3. Логістика: навч. посіб. до виконання практ. робіт/ А. В. Кононенко, Ю. О. Романенков, В. П. Гатило. Харків: Нац. аерокосм. ун-т ім. М. Є. Жуковського «Харків. авіац. ін-т». 2019. 56 с.
4. Негода А. В. Міжнародна логістика у схемах: навч. посібник. / А. В. Негода. Київ. 2019. 203 с.
5. **Резнік Н. П. Логістика: навч. посібник / Н. П. Резнік. – Київ : Редакційно-видавничий відділ НУБіП України. 2021. 230 с.**
6. Рокоча В. В. Міжнародна торгівельна діяльність: підручник. Київ. 2018. 698 с.
7. Пономарьов Ю. В. Логістика: навч. посібник. / Ю. В. Пономарьов. Київ: Центр навчальної літератури. 2008. 478 с.
8. Пономаренко В. С., Таньков К. М., Лепейко Т. І. Логістичний менеджмент: підручник / За ред. д-ра екон. наук проф. В. С. Пономаренка. Харків: ВД «ІНЖЕК». 2010. 482 с.

Допоміжна

1. Глогусь О. Логістика: навч. посібник. Тернопіль: Екон. думка. 2006. 332 с.

2. Глазун В.В., Ковбаса О.М. Логістичний менеджмент забезпечення ефективної діяльності аграрних підприємств. *Економіка і суспільство*. 2016. № 3. С. 171-176.
3. Забуранна Л.В. Логістичне управління підприємством: сутність та передумови розвитку. *Сталий розвиток економіки*. 2010. № 7. С. 120-123.
4. Кальченко А.Г. Логістика: навч. посібник. / А.Г. Кальченко. Київ: КДЕУ. 2005. 247 с.
5. Kuzmenko, A. V. «Analysis of the assessment of the level of development of the existing objects of transport and logistics infrastructure of enterprises», *Economy and society*, no. 9, 2017. pp. 484-490.
6. Організація та планування логістичних систем: підручник; за ред. проф. М.П. Денисенка, проф. П.Р. Лековця, проф. Л.І. Михайлової. – К. : Центр учбової літератури. – 2010. – 336 с.
7. Шинкаренко В.Г., Ананко І.М. Проектування логістичних систем. навч. Посібник. Харків: ХНАДУ. 2015. 286 с.

13. Інформаційні ресурси

1. Н.М. Тюріна, І.В. Гой, І.В. Бабій. Логістика. URL: http://pidruchniki.com/68011/logistika/sutnist_mistse_logistichnogo_menedzhmentu.
2. Кормив Н. Г. Применение кадровой логистики в управлении персоналом организации. URL: <http://ros-nedvigimost.rupublikaciyaopolnaya1587>.
3. Удовицька М.В., Гелевачук З.Й. Логістичне управління підприємством: теоретичний аспект. Криворізький національний університет. URL: http://www.rusnauka.com3_ANR_2014Economics6_156225.doc.htm.
4. Барабанова Ю. Є. (2018). Сучасний стан та проблеми логістичного менеджменту в Україні. *Економічні горизонти*, (4(7)), 214–222. URL: [https://doi.org/10.31499/2616-5236.4\(7\).2018.215165](https://doi.org/10.31499/2616-5236.4(7).2018.215165).
5. Business Summit Company (2018), «Ukrainian Logistics Forum 2017», URL: www.summitbiz.com.ua/index.php?Option=com_content&view=article&id=102:ukrainianlogisticsforum-2017&catid=1:2009-12-28-01-26-59&-Itemid=74.
6. Шарко В.В. Логістична політика в стратегії інноваційного розвитку машинобудівного підприємства. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2019. № 6. С. 230-237. URL: [http://journals.khnu.km.ua/vestnik/pdf/ekon/pdfbase/2019/VKNU-ES-2019-N6%20\(276\).pdf#page=230](http://journals.khnu.km.ua/vestnik/pdf/ekon/pdfbase/2019/VKNU-ES-2019-N6%20(276).pdf#page=230).
7. Ronald H. Ballou The evolution and future of logistics and supply chain management. 2016. Prod. Vol. 16. № 3. URL : http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-65132006000300002.
8. Westland J. Logistics Management 101: A Beginner's Guide, Jun 18 2019. URL : <https://www.projectmanager.com/blog/logistics-management-101>.

9. Important Tips For Effective Logistics Management. URL : <https://cerasis.com/effective-logistics-management>.

10. Пальчик І.М. Логістичне управління підприємством: теоретико-методичний аспект. *Ефективна економіка*. 2014. № 10. URL : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3442>.