|  |  |
| --- | --- |
| Державний університет «Житомирська політехніка»  Факультет бізнесу та сфери обслуговування  Кафедра менеджменту і підприємництва  Спеціальність: 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»  Освітній рівень: «бакалавр» | |
| «ЗАТВЕРДЖУЮ»  Проректор з НПР  \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_А.В. Морозов  «\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_2020 р. | Затверджено на засіданні кафедри менеджменту і підприємництва  протокол № \_5\_ від \_28\_ «08» 2020 р.  Завідувач кафедри \_\_\_\_Т.П. Остапчук  «\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_2020 р. |
| ТЕСТОВІ ЗАВДАННЯ  **ПІДПРИЄМНИЦТВО У СФЕРІ ПОСЛУГ** | |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| №  п/п | Текст завдання | |
| 1 | Сукупність галузей, підгалузей і видів діяльності, функціональне призначення яких у системі суспільного виробництва виражається у виробництві послуг і духовних благ для населення – це: | |
| 2 | Функції сфери послуг поділяються на: | |
| 3 | До економічних функцій сфери послуг не відносять: | |
| 4 | До соціальних функцій сфери послуг не відносять: | |
| 5 | Послуги, виробництво яких невідривно пов’язано з матеріальними об’єктами, називають: | |
| 6 | До розподільчо-обмінного сектору сфери послуг відносять: | |
| 7 | Сутність трансакціонних послуг полягає у: | |
| 8 | Не є причиною швидкого розвитку сфери послуг: | |
| 9 | Неможливість продемонструвати, побачити, спробувати, транспортувати, упакувати або вивчати послуги характеризує: | |
| 10 | Особливість послуг, яка виражається у тому, що якість послуг коливається в широких межах залежно від їх виробників, часу і місця надання послуг, від існуючих на підприємстві стандартів системи обслуговування та багатьох інших факторів, – це: | |
| 11 | Комплекс обов’язкових для виконання правил обслуговування клієнтів, покликаних гарантувати встановлений рівень якості всіх технологічних і торговельних операцій – це: | |
| 12 | Стандарти обслуговування поділяються на: | |
| 13 | Не є відмінністю послуг від товарів: | |
| 14 | Найважливішим елементом системи сервісного підприємства є: | |
| 15 | Послуга – це: | |
| 16 | Процес розподілу видів та різновидів послуг на окремі класи і категорії – це: | |
| 17 | До завдань класифікації послуг не відносять: | |
| 18 | Банківські послуги – це: | |
| 19 | Ветеринарні послуги – це: | |
| 20 | Освітні послуги – це: | |
| 21 | Послуги охорони – це: | |
| 22 | Послуги транспортування вантажів – це: | |
| 23 | Послуги пасажирського транспорту – це: | |
| 24 | За складом послуги виділяють: | |
| 25 | За масовістю клієнтури послуг виділяють: | |
| 26 | За комплексністю надання послуг виділяють: | |
| 27 | Послуги, що регламентуються нормами права, вказівками посадових осіб, традиційними соціальними інститутами, називаються: | |
| 28 | За періодичністю надання виділяють послуги: | |
| 29 | До постійних послуг відносять: | |
| 30 | Вид підприємницької діяльності щодо задоволення конкретної побутової потреби індивідуального замовника – це: | |
| 31 | Господарська діяльність, спрямована на забезпечення умов проживання і перебування осіб у жилих і нежилих приміщеннях, будинках і спорудах, комплексах будинків і споруд відповідно до нормативів, норм, стандартів, порядків і правил – це: | |
| 32 | Діяльність спеціалізованих компаній щодо надання інтелектуальних, інформаційних послуг суб’єктам господарювання з різноманітних виробничих, організаційних, юридичних, маркетингових, фінансових та інших питань – це: | |
| 33 | Стадія життєвого циклу послуги, на якому детально оцінюють концепцію послуги та її маркетингову стратегію щодо відповідності цілям підприємства, плановим показникам реалізації, витрат і прибутку, має назву: | |
| 34 | Етап життєвого циклу послуги, на якому послуга виводиться на ринок і реалізується на регіональному, національному або міжнародному рівні, має назву: | |
| 35 | Стадія життєвого циклу послуги, на якій досягається стійкий конкурентоспроможний стан, має назву: | |
| 36 | Випереджаюча, одночасна, запізніла інфраструктура ринку послуг виділяється при класифікації: | |
| 37 | Відповідно до типів розселення населення виділяють ринки послуг: | |
| 38 | Вільний, монополізований, державно-регульований і планово-регульований ринки послуг виділяють при класифікації: | |
| 39 | До головних відмінностей ринку послуг не належить: | |
| 40 | Значний незабезпечений попит, низький рівень конкуренції, зручність пошуку сегменту ринку, низький рівень витрат на стимулювання збуту – це характеристики притаманні: | |
| 41 | Інфраструктура ринку послуг, що забезпечує політико-правове і соціально-економічне функціонування суб’єктів ринку послуг, називається: | |
| 42 | На швидкий розвиток і розширення ринку послуг не впливає: | |
| 43 | Потенційний, реальний або дійсний, обслуговуваний та освоєний ринок послуг виділяють при класифікації: | |
| 44 | Рівноважний, дефіцитний та надлишковий ринки послуг виділяють при класифікації: | |
| 45 | Споживчий ризик, при якому споживач вагається як саме придбання послуги позначиться на його іміджі в очах інших людей, називається: | |
| 46 | Споживчий ризик, при якому споживач вагається, чи не буде завдано йому фізичної шкоди під час обслуговування, називається: | |
| 47 | Споживчий ризик, при якому споживач побоюється втрат часу, зусиль, зручностей під час отримання послуг, називається: | |
| 48 | Сукупність галузей, підгалузей і служб, які створюють загальні умови для ефективного функціонування всього відтворювального процесу і відтворення робочої сили це: | |
| 49 | Сукупність динамічних у часі і локалізованих у просторі соціально-економічних відносин, що формуються і реалізуються в процесі задоволення платоспроможного попиту реальних і потенційних споживачів пропозицією послуг та забезпечують пропорційність їх відтворення, – це: | |
| 50 | Функція ринку послуг, яка забезпечує розподіл і обмін створюваних продуктів праці між соціальними групами суспільства, називається: | |
| 51 | Функція ринку послуг, яка полягає в обміні результатами праці економічно відособлених виробників, називається: | |
| 52 | Функція ринку послуг, яка полягає у встановленні відповідності між виробництвом і споживанням, між виробництвом і споживанням, називається: | |
| 53 | Функція ринку послуг, яка через механізм конкурентної боротьби усуває з ринку неконкурентоспроможні підприємства, називається: | |
| 54 | Функція ринку послуг, яка через механізм рівноважних цін зумовлює оптимальне формування структурних пропорцій та обсягів виробництва, забезпечує раціональний розподіл обмежених виробничих ресурсів, впровадження сучасних технологій надання послуг, мінімізацію витрат за високої якості продукції, називається: | |
| 55 | Функція ринку, яка полягає у поширені інформації, необхідної людині в ринкових умовах, називається: | |
| 56 | Безперервний процес порівняння товарів (робіт, послуг), виробничих процесів, методів та інших параметрів підприємства з аналогічними об’єктами інших підприємств, називається: | |
| 57 | Бенчмаркінг, сконцентрований на порівняльному аналізі товарів (робіт, послуг), продуктивності виробничих процесів тв. інших параметрів досліджуваного підприємства з аналогічними характеристиками підприємств-конкурентів, називається: | |
| 58 | Бенчмаркінг, що має на меті проаналізувати окремі процеси, функції, методи й технологій в порівнянні з іншими підприємствами, які не є конкурентами, називається: | |
| 59 | Бенчмаркінг, який водиться до аналізу та порівняння показників діяльності різних структурних підрозділів одного ці того ж підприємства, називається: | |
| 60 | Економічний механізм взаємодії і боротьби між підприємствами, що функціонують на ринку з метою одержання прибутку через задоволення різноманітних потреб споживачів: | |
| 61 | Забезпечення послузі особливого положення на ринку, що відрізняє її від інших, пропонованих конкурентами послуг, називається: | |
| 62 | Здатність об’єкта, що характеризується ступенем реального чи потенційного задоволення ним певної потреби у порівнянні з аналогічними об’єктами, представленими на певному ринку: | |
| 63 | Значна кількість самостійних організацій, які прагнуть зміцнити своє економічне становище, залучаючи покупців завдяки пропозиції кращих умов продажу порівняно з конкурентами утворює: | |
| 64 | Кількісні характеристики властивостей послуги, які враховують галузеві особливості оцінки її конкурентоспроможності , називаються: | |
| 65 | Не є методами конкурентної боротьби на ринку послуг: | |
| 66 | Не є функцією конкуренції: | |
| 67 | Об’єктами бенчмркінгу не є: | |
| 68 | Особлива характеристика або деяке особливе сполучення характеристик конкурентоспроможності вироблених послуг його ресурсного потенціалу, що забезпечують динамічну підтримку конкурентоспроможності вироблених послуг, називається: | |
| 69 | Параметри конкурентоспроможності, які визначають відповідність послуги встановленим нормам, стандартам і вимогам, що обумовлені законодавством та іншими нормативними документами, називаються: | |
| 70 | Параметри конкурентоспроможності, які визначають рівень витрат на виробництво послуги та ціни споживання, називаються: | |
| 71 | Параметри конкурентоспроможності, які є характеристикою технічних та фізичних властивостей послуг, що визначають особливості галузі та способи їх виробництва, а також функції, які виконує послуга у процесі її надання, називають: | |
| 72 | Рівень компетенції підприємства відносно інших підприємств конкурентів у нагромаджені та використанні виробничого потенціалу певної спрямованості, а також його окремих складових: технології, ресурсів, менеджменту, навичок і знань персоналу тощо, називається: | |
| 73 | Ступінь відповідності продукту на певний момент вимогам цільових груп споживачів або обраного ринку за найважливішими характеристиками: технічними, економічними, екологічними тощо, називається: | |
| 74 | Сукупність системних критеріїв кількісної оцінки рівня конкурентоспроможності послуги, які базуються на параметрах конкурентоспроможності: | |
| 75 | Характеристики, властивості послуги або торгової марки, які створюють для підприємства певні переваги над прямими конкурентами, називаються: | |
| 76 | Будь-яка діяльність, що пов’язана з продажем товарів та послуг для подальшого перепродажу чи комерційного використання, називається: | |
| 77 | Вид торгівлі, яка включає торгівлю з іншими країнами з урахуванням експорту та імпорту товарів, називається: | |
| 78 | Вид торгівлі, яка являє собою галузь національної економіки, що забезпечує надходження товарів зі сфери виробництва у сферу споживання, називається: | |
| 79 | Відповідно до ДСТУ вид економічної діяльності в сфері товарообігу, що охоплює купівлю-продаж товарів кінцевому споживачеві та надання йому торговельних послуг, називається: | |
| 80 | Відповідно до ДСТУ вид економічної діяльності у сфері товарообігу, що охоплює купівлю-продаж товарів за договорами поставки партіями для подальшого їх продажу кінцевому споживачу через роздрібну торгівлю або для виробничого споживання та надання пов’язаних із цим послуг, називається: | |
| 81 | Головним об’єктом торгівлі є: | |
| 82 | До непрямого регулювання діяльності торговельних підприємств не відносять: | |
| 83 | До основних принципів торгівлі не відносять: | |
| 84 | До прямого державного регулювання діяльності торговельних підприємств не відноситься: | |
| 85 | До функцій торгівлі не відносять: | |
| 86 | До якого типу ринку відноситься галузь торгівлі? | |
| 87 | За функціональною структурою торгівля поділяється на: | |
| 88 | Згідно КВЕД перепродаж (продаж без видозмін) населенню нових або уживаних товарів, призначених для особистого споживання або використання, називається: | |
| 89 | Згідно КВЕД перепродаж (продаж без внесення змін) нових або уживаних речей чи виробів роздрібним торговцям або споживачам у промисловості і в торгівлі, групам користувачів або професійним користувачам чи посередникам, які купують ці товари або вироби від імені роздрібних торговців, споживачів або груп споживачів, називається: | |
| 90 | Метод конкурентної боротьби, при якому більш вигідне становище на ринку завойовується завдяки якісним характеристикам діяльності продавця, його іміджеві, додатковим умовам обслуговування, називається: | |
| 91 | Метод конкурентної боротьби, при якому основним засобом є зниження цін на свої товари порівняно з цінами на товари інших продавців, називається: | |
| 92 | Об’єктами торгівлі не є: | |
| 93 | Сукупність економічних, організаційних та правових відносин між суб’єктами товарного ринку стосовно купівлі-продажу (поставки, обміну) великих партій товару для його подальшої реалізації або професійного використання, називається: | |
| 94 | Тип конкурентної поведінки орієнтований на збереження досягнутих конкурентних позицій за рахунок систематичних дій з підтримки та удосконалення бізнесу, називається: | |
| 95 | Тип конкурентної поведінки орієнтований на пошук нових конкурентних переваг за рахунок нового асортименту товарів, змін в технології товаропостачання, нових форм збуту тощо, називається: | |
| 96 | Тип конкурентної поведінки, який передбачає швидку зміну організації торговельної діяльності в разі відповідних змін на підприємствах-конкурентах, називається: | |
| 97 | Форма економічного зв’язку між виробником і споживанням, що здійснюється безпосередньо ринком – це: | |
| 98 | Який нормативно-правовий документ визначає торговельну діяльність як діяльність, що здійснюється суб’єктами господарювання у сфері товарного обігу, спрямована на реалізацію продукції виробничо-технічного призначення і виробів народного споживання, а також допоміжна діяльність, яка забезпечує їх реалізацію шляхом надання відповідних послуг? | |
| 99 | Який нормативно-правовий документ визначає торговельну діяльність як роздрібну та оптову торгівлю, діяльність у торговельно-виробничій (ресторанне господарство) сфері за готівку, інші готівкові платіжні засоби та з використанням платіжних карток? | |
| 100 | Який нормативно-правовий документ визначає торговельну діяльність як ініціативну, систематичну, виконувану на власний ризик для одержання прибутку діяльність юридичних і фізичних осіб щодо купівлі продажу товарів кінцевим споживачам? | |
| 101 | Види транспорту поділяють на: | |
| 102 | До експедиційних послуг не відносять: | |
| 103 | До наземних видів транспорту не відносять: | |
| 104 | До недоліків автотранспорту відносять: | |
| 105 | До недоліків залізничного транспорту відносять: | |
| 106 | До недоліків повітряного транспорту відносять: | |
| 107 | До недоліків трубопровідного транспорту відносять: | |
| 108 | До недоліков морського транспорту відносять: | |
| 109 | До переваг автомобільного транспорту відносять: | |
| 110 | До переваг залізничного транспорту відносять: | |
| 111 | До переваг морського транспорту відносять: | |
| 112 | До переваг повітряного транспорту відносять: | |
| 113 | До переваг річкового транспорту відносять: | |
| 114 | До переваг трубопровідного транспорту відносять: | |
| 115 | До суто транспортних послуг не відносять: | |
| 116 | До суто транспортної послуги зберігання вантажу не відносять: | |
| 117 | До традиційних видів транспорту не відносять: | |
| 118 | До транспортної системи України не відносять: | |
| 119 | Експедиційна послуга, яка полягає у виборі раціонального маршруту і виду транспорту, відноситься до: | |
| 120 | Експедиційна послуга, яка полягає у координації роботи видів транспорту та інформуванні про напрямок перевезення, відноситься до: | |
| 121 | Активні операції комерційних банків – це: | |
| 122 | Банківська система України та більшості країн світу має: | |
| 123 | Діяльність, пов’язана з грошовим обігом, обміном вартостей, торгівлею цінними паперами з метою одержання прибутку, називається: | |
| 124 | Для отримання прибутку в сфері кредитного підприємництва необхідно: | |
| 125 | До функцій фінансових посередників не відноситься: | |
| 126 | Другий рівень банківської системи України – це: | |
| 127 | Комісійно-посередницькі операції комерційних банків – це: | |
| 128 | Монопольно здійснює емісію національної валюти України та організує її обіг: | |
| 129 | Не є об’єктами підприємницької діяльності у сфері фінансових послуг: | |
| 130 | Не є суб’єктами підприємництва у сфері фінансових послуг: | |
| 131 | Організаційно оформлений, постійно діючий ринок, на якому здійснюється торгівля цінними паперами – це: | |
| 132 | Пасивні операції комерційних банків – це: | |
| 133 | Перший рівень банківської системи України – це: | |
| 134 | Спеціалізована фінансова установа, яка акумулює фінансові ресурси – тимчасово вільні грошові кошти фізичних та юридичних осіб, надає їх у тимчасове користування у вигляді кредитів (позик), здійснює посередництво у взаємних платежах і розрахунках між підприємствами, установами і окремими особами з метою отримання прибутку – це: | |
| 135 | Фінансові інститути, які спеціалізуються на операціях з цінними паперами, реалізації інвестиційних проектів, довгостроковому кредитуванні і фінансуванні підприємств різних видів економічної діяльності – це: | |
| 136 | Послуги із загальних питань управління, до яких відносять розробку стратегії; маркетинг; управління виробництвом; трудовими ресурсами; збутом; екологією і безпеку праці; структуру управління тощо, мають назву: | |
| 137 | Послуги з питань бухгалтерського обліку та аналізу; оцінка майна, бізнесу, ризиків, майнових та немайнових прав, операцій з цінними паперами, розробка фінансової стратегії, оцінка фінансових результатів діяльності, управління фондами та інвестиціям, оптимізація витрат і системи фінансового обліку, розрахунок ефективності окремих проектів, мають назву: | |
| 138 | Послуги, пов’язані з юридичними аспектами оподаткування; створенням, реорганізацією та реєстрацією підприємств; зовнішньоекономічною діяльністю, ліцензуванням та патентуванням; поверненням боргів, банкрутством та ін.., мають назву: | |
| 139 | Інженерно-консультаційні послуги зі спорудження об’єктів та їх експлуатації, мають назву: | |
| 140 | Типова модель процесу консультування складається з наступних послідовних етапів: | |
| 141 | На цьому етапі процесу консультування, не заглиблюючись у деталі питань, консультант збирає важливі орієнтовні дані про клієнта та його оточення, а також про ті проблеми, які є типовими для сфери діяльності клієнта: | |
| 142 | Під час цього етапу процесу консультування конкретизуються проблеми, уточнюються причини їх виникнення, з’ясовуються фактори і засоби впливу на дану проблему, встановлюються широта охоплення об’єкта та період дослідження | |
| 143 | Цей етап процесу консультування включає вироблення рішень проблем, надання клієнту пропозицій щодо способів усунення існуючих недоліків та прийняття рішення про реалізацію пропозицій | |
| 144 | Цей етап консультування дозволяє реально змінити проблемну ситуацію клієнта на краще | |
| 145 | На цьому етапі консультування визначається час та форми припинення робіт над завданням, здійснюється оцінка виконаних робіт та впроваджень | |
| 146 | До складових якості консалтингової послуги не відносять: | |
| 147 | Не є основним критерієм вибору клієнтом консалтингової фірми: | |
| 148 | До основних функцій консалтингових фірм не відноситься: | |
| 149 | Підприємцям доцільно користуватися консультаційними послугами коли необхідно: | |
| 150 | Організаційною формою консультативних фірм не можуть бути: | |
| 151 | Виготовлення одягу, взуття, ювелірних виробів, будівництво житла за індивідуальним замовленням – це: | |
| 152 | Побутові послуги поділяють на матеріальні те нематеріальні за ознакою: | |
| 153 | Побутові послуги поділяють на побутові послуги постійного попиту та побутові послуги періодичного попиту за ознакою: | |
| 154 | Побутові послуги, що потребують висококваліфікованих спеціалістів, та побутові послуги, що не потребують висококваліфікованих спеціалістів, виділяють за ознакою: | |
| 155 | Побутові послуги, що реалізуються на підприємствах побутового обслуговування, та побутові послуги, що надаються за межами підприємства побутового обслуговування, виділяються за ознакою: | |
| 156 | Побутові термінові послуги та побутові послуги з регламентованим згідно угоди строком виконання послуги виділяють за ознакою: | |
| 157 | Послуги з надання допомоги домогосподаркам (по веденню індивідуального господарства) – це: | |
| 158 | Послуги перукарень, салонів краси та косметології; послуги лазень; послуги спортивно-оздоровчих центрів (спортзалів) – це: | |
| 159 | Послуги, які пов'язані з веденням домашнього господарства, виконанням різноманітних ремонтних робіт, забезпеченням санітарно-гігієнічних та інших потреб населення, а також з виготовленням за індивідуальними замовленнями особистих речей та предметів господарського призначення, називаються | |
| 160 | Ремонт взуття та одягу, ремонт ювелірних виробів, ремонт побутових машин і приладів особистого користування, домашнього вжитку – це: | |
| 161 | Діяльність, пов'язана з комплексом спеціальних заходів, спрямованих на сприяння поліпшенню здоров'я, підвищення санітарної культури, запобігання захворюванням та інвалідності, на діагностику, допомогу особам з гострими і хронічними захворюваннями й реабілітацію хворих та інвалідів, що здійснюється особами, які мають спеціальну освіту, – це: |
| 162 | При провадженні господарської діяльності з медичної практики мають враховуватись |
| 163 | Сприяння процесу продукування нових технічних, організаційних та управлінських ідей, проведення науково-дослідних робіт та розробок, впровадження в медичну практику інноваційних методів діагностики, лікування та профілактики – це: |
| 164 | Ефективне використання трудових, матеріальних, фінансових та інформаційних ресурсів – це: |
| 165 | Впровадження нових методів і форм організації медичної практики, нових форм матеріальної та моральної мотивації персоналу; ефективне упорядкування відносин (повноваження, відповідальність, делегування) і структур на різних підсистемах лікувально-профілактичного закладу, ефективне контролювання якості медичного обслуговування – це: |
| 166 | Проведення профілактичної, діагностичної та лікувальної роботи, науково-дослідних розробок, з метою поліпшення громадського здоров'я – це: |
| 167 | Самореалізація підприємця, відчуття незалежності в організації проведення медичної практики, отримання задоволення від самої роботи та її результатів – це: |
| 168 | Функція бізнес-плану як державної, так і приватної медичної установи, яка покликана ознайомити потенційних інвесторів із сутністю і основними аспектами реалізації конкретного медичного проекту, називається: |
| 169 | Функція бізнес-плану як державної, так і приватної медичної установи, яка покликана розробити комплексну систему управління реалізацією конкретного медичного проекту, придатну для стратегічного та оперативного управління, що можна використовувати як механізм аналізу, контролю і оцінки діяльності закладу, називається: |
| 170 | У сучасному цивілізованому суспільстві найбільш високорентабельним маркетинговим сегментом медичних послуг є: |
| 171 | В Україні та інших країнах Східної та Центральної Європи для ринку медичних послуг характерна: |
| 172 | Лікарські пропозиції медичних послуг із збереження життя (зокрема, в перинатальному періоді, при екстремальних ургентних станах, загрозливих для життя пацієнта, в похилому віці, паліативні медичні послуги при невиліковних захворюваннях тощо) називаються: |
| 173 | Лікарські пропозиції медичних послуг з метою повернення здоров'я, відновлення і збереження певного рівня працездатності при її тимчасовій втраті, називаються: |
| 174 | Медичні послуги, що зберігають і підтримують стан здорового організму, називаються: |
| 175 | До негативних рис ринку медичних послуг відносять: |
| 176 | Сегментація фармацевтичного ринку, яка надає данні з обсягу реалізації лікарських препаратів по терапевтичних групах, називається: |
| 177 | Сегментація фармацевтичного ринку, яка ґрунтується на конкретній групі симптомів або на лікуванні конкретного захворювання, називається: |
| 178 | В Україні дозволяється реклама: |
| 179 | В Україні забороняється реклама: |
| 180 | Не є об’єктом підприємницької діяльності у сфері охорони здоров’я: |
| 181 | Трактування консалтингу як процесу, в межах якого зовнішній щодо підприємства фахівець ділиться своїми знаннями і досвідом щодо розробки концепції діяльності ї стратегії розвитку виробництва, пошуку джерела фінансування для інвестиційних програм, визначення шляхів підвищення продуктивності, консультацій з набору персоналу тощо, відповідає підходу, який розглядає консалтинг як: |
| 182 | Трактування консалтингу як послуг з оцінки бізнесу, ризиків, майнових і немайнових витрат, операцій з цінними паперами; розроблення фінансової стратегії; оцінка фінансово-економічного стану як результату діяльності; управління фондами й інвестиціями; оптимізація систем фінансового обліку; оптимізація витрат; розрахунок ефективності окремих проектів тощо, відповідає підходу, який розглядає консалтинг як: |
| 183 | Трактування консалтингу як різновиду експертної допомоги керівникам організацій у вирішенні завдань перебудови управління у мінливих зовнішніх та внутрішніх умовах, відповідає підходу, який розглядає консалтинг як: |
| 184 | Трактування консалтингу як комплексу знань, пов’язаних з науковим пошуком, проведенням досліджень, постановкою експериментів з метою розширення наявних та отримання нових знань, перевірки наукових гіпотез, встановленням закономірностей, наукових узагальнень, наукового обґрунтування проектів для успішного розвитку організації, відповідає підходу, який розглядає консалтинг як: |
| 185 | Метод консультування, суть якого полягає в діагностуванні консалтинговою фірмою проблемної ситуації, розроблені рішень і рекомендацій для їх впроваджень, називається: |
| 186 | Метод консультування, при якому завдання консалтингової фірми полягає у сприянні формулювання клієнтом ідей, пропозицій, самостійному аналізі проблем, пошуку оптимальних рішень, при цьому спеціалісти консалтингової фірми оцінюють вироблення рішення, за необхідності пропонують інші варіанти, називається: |
| 187 | Метод консультування, якій зосереджений на організації тренінгів для працівників фірми, що сприяє створенню необхідних інтелектуальних умов для розвитку їх новаторської діяльності, називається: |
| 188 | Вибір методу консультування залежить від: |
| 189 | Вид консалтингу, в якому різноманітні суб’єкти відчувають потребу в період виходу на ринок, опанування його нових сегментів, придбання промислових та інших об’єктів, отриманні кредиту тощо, називається: |
| 190 | Вид консалтингу, який передбачає: оцінювання перспектив підприємства на ринку; оптимізацію структури і системи управління підприємством, а також системи маркетингу і збуту; вдосконалення систем управління витратами, розроблення ефективної системи управління обліком і фінансами; оптимізацію майнового комплексу, називається: |
| 191 | Консалтингові послуги щодо оптимізації споживчих характеристик товарів і послуг пов’язані з їх тестуванням, дослідженням споживчих переваг, аналізом аналогічних досліджуваних товарів і послуг, а також їх замінників, називаються: |
| 192 | Консалтингові послуги, які стосуються розроблення і створення установчих документів підприємств і організацій, їх реєстрації і внесення змін до них, ліквідації існуючих підприємств; одержання ліцензій на види діяльності підприємств, що потребують обов’язкового ліцензування; розроблення, формування і супроводу, ревізії внутрішньої нормативної бази клієнта, називаються: |
| 193 | Інженерно-консультативні послуги зі спорудження об’єктів та їх експлуатації називаються: |
| 194 | Функція консалтингу, яка опосередковано допомагає глибше зрозуміти сутність тих чи інших соціально-економічних явищ, розкрити динаміку, тенденції і перспективи їх розвитку, вплив на соціально-економічні та громадські процеси в країні та світі, називається: |
| 195 | Функція консалтингу, яка дозволяє встановити і вивчити ознаки, що характеризують стан соціально-економічних об’єктів, що сприяє своєчасному ухваленню управлінських рішень, які сприяють підтримці соціально-економічної системи в динамічному й стійкому стані, пов’язана із проведенням комплексних аналітичних досліджень, називається: |
| 196 | Функція консалтингу, яка полягає у наданні в розпорядження суспільства, його навчальних та управлінських структур, підприємницьких, комерційних та інших організацій інформації про соціальні об’єкти, що цікавлять їх, особливості розвитку у сучасному суспільстві тощо, називається: |
| 197 | Типова модель процесу консультування складається з наступних послідовних етапів: |
| 198 | На цьому етапі процесу консультування, не заглиблюючись у деталі питань, консультант збирає важливі орієнтовні дані про клієнта та його оточення, а також про ті проблеми, які є типовими для сфери діяльності клієнта: |
| 199 | Під час цього етапу процесу консультування конкретизуються проблеми, уточнюються причини їх виникнення, з’ясовуються фактори і засоби впливу на дану проблему, встановлюються широта охоплення об’єкта та період дослідження: |
| 200 | Цей етап консультування дозволяє реально змінити проблемну ситуацію клієнта на краще: |