**ФАКУЛЬТЕТ БІЗНЕСУ ТА СФЕРИ ОБСЛУГОВУВАННЯ**

**КАФЕДРА МЕНЕДЖМЕНТУ І ПІДПРИЄМНИЦТВА**

**ТЕСТИ ДЛЯ ПОТОЧНОГО ТА ПІДСУМКОВОГО КОНТРОЛЮ**

**З НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

**«ПІДПРИЄМНИЦТВО В СФЕРІ ПОСЛУГ»**

для студентів денної форми навчання освітнього ступеня «бакалавр», спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»

***Тема 1.1: «Економічна сутність та особливості послуг як товару»***

*1. Сукупність галузей, підгалузей і видів діяльності, функціональне призначення яких у системі суспільного виробництва виражається у виробництві послуг і духовних благ для населення – це:*

А) стандарт обслуговування;

Б) невиробнича сфера;

В) сфера послуг;

Г) виробнича сфера;

Д) немає вірної відповіді.

*2. Функції сфери послуг поділяються на:*

А) виробничі і невиробничі;

Б) економічні і соціальні;

В) інфраструктурні, розподільчо-обмінні та соціально-управлінські;

Г) трансформаційні та трансакціонні;

Д) немає вірної відповіді.

*3. До економічних функцій сфери послуг* ***не*** *відносять:*

А) задоволення потреб населення в різних видах обслуговування;

Б) обслуговування процесу виробництва матеріальних благ;

В) відтворення робочої сили;

Г) створення додаткових матеріальних благ;

Д) немає вірної відповіді.

*4. До соціальних функцій сфери послуг* ***не*** *відносять:*

А) задоволення потреб населення в різних видах обслуговування;

Б) забезпечення зниження витрат і поліпшення умов праці в домашніх господарствах;

В) реалізація вільного часу;

Г) забезпечення безпеки й нормального функціонування держави, охорони громадського порядку;

Д) немає вірної відповіді.

*5. Послуги, виробництво яких невідривно пов’язано з матеріальними об’єктами, називають:*

А) матеріальними;

Б) нематеріальними;

В) інфраструктурними;

Г) трансакціонними;

Д) немає вірної відповіді.

*6. До розподільчо-обмінного сектору сфери послуг відносять:*

А) торгівлю;

Б) страхування;

В) фінансування;

Г) вірні відповіді А, Б, В;

Д) немає вірної відповіді.

*7. Сутність трансакціонних послуг полягає у:*

А) зміні чисто соціальних характеристик економічних благ;

Б) зміні фізичних характеристик економічних благ;

В) зміні належності економічних благ кому-небудь;

Г) вірні відповіді А, В;

Д) немає вірної відповіді.

*8. Не є причиною швидкого розвитку сфери послуг:*

А) розвиток НТП, що призводить до вивільнення робочої сили у сфері виробництва та сільського господарства;

Б) зростання доходів на душу населення;

В) розширення міжнародної торгівлі;

Г) розширення спектру послуг, що супроводжують виробництво;

Д) немає вірної відповіді.

*9. Неможливість продемонструвати, побачити, спробувати, транспортувати, упакувати або вивчати послуги характеризує:*

А) невідчутність (нематеріальний характер) послуг;

Б) невіддільність виробництва і споживання послуг;

В) нездатність послуг до зберігання;

Г) мінливість послуг;

Д) немає вірної відповіді.

*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:*

А) невідчутність (нематеріальний характер) послуг;

Б) невіддільність виробництва і споживання послуг;

В) нездатність послуг до зберігання;

Г) мінливість послуг;

Д) немає вірної відповіді.

*11. Комплекс обов’язкових для виконання правил обслуговування клієнтів, покликаних гарантувати встановлений рівень якості всіх технологічних і торговельних операцій – це:*

А) послуга;

Б) система обслуговування;

В) стандарт обслуговування;

Г) якість послуг;

Д) немає вірної відповіді.

*12. Стандарти обслуговування поділяються на:*

А) високі, середні, низькі;

Б) фірмові, галузеві, міжнародні;

В) місцеві, загальнодержавні, міжнародні;

Г) обов’язкові, необов’язкові;

Д) немає вірної відповіді.

*13. Не є відмінністю послуг від товарів*

А) мають споживчу вартість (корисність);

Б) продукти послуг невідчутні, невловимі, нематеріальні;

В) Інші люди можуть формувати частину продукту;

Г) Відсутність знарядь виробництва при виробництві послуг;

Д) немає вірної відповіді.

*14. Найважливішим елементом системи сервісного підприємства є:*

А) клієнт;

Б) система обслуговування;

В) обслуговуючий персонал;

Г) фізичне середовище;

Д) немає вірної відповіді.

*15. Послуга – це:*

А) результат діяльності сервісного підприємства;

Б) невидимий товар;

В) те, що можна купити, але неможна відчути;

Г) користь, що надається у формі діяльності;

Д) всі відповіді вірні.

***Тема 1.2. «Класифікація і загальна характеристика послуг»***

*1. Процес розподілу видів та різновидів послуг на окремі класи і категорії – це:*

А) групування послуг;

Б) систематизація послуг;

В) класифікація послуг;

Г) спеціалізація послуг;

Д) немає вірної відповіді;

*2. До завдань класифікації послуг* ***не*** *відносять:*

А) визначити хто и яким чином може надавати послуги;

Б) визначити найважливіші характеристики послуг, які відрізняють їх одну від одної і тому заслуговують спеціалізації;

В) розглянути, в якій мірі ці виділені характеристики властиві іншим класам;

Г) поліпшити розуміння послуги, як економічної категорії;

Д) немає вірної відповіді.

*3. Банківські послуги – це:*

А) відчутні дії, спрямовані на тіло людини;

Б) відчутні дії, спрямовані на товари та інші фізичні об’єкти;

В) невідчутні дії, спрямовані на свідомість людини;

Г) невідчутні дії з невідчутними активами;

Д) немає вірної відповіді.

*4. Ветеринарні послуги – це:*

А) відчутні дії, спрямовані на тіло людини;

Б) відчутні дії, спрямовані на товари та інші фізичні об’єкти;

В) невідчутні дії, спрямовані на свідомість людини;

Г) невідчутні дії з невідчутними активами;

Д) немає вірної відповіді.

*5. Освітні послуги – це:*

А) відчутні дії, спрямовані на тіло людини;

Б) відчутні дії, спрямовані на товари та інші фізичні об’єкти;

В) невідчутні дії, спрямовані на свідомість людини;

Г) невідчутні дії з невідчутними активами;

Д) немає вірної відповіді.

*6. Послуги охорони – це:*

А) відчутні дії, спрямовані на тіло людини;

Б) відчутні дії, спрямовані на товари та інші фізичні об’єкти;

В) невідчутні дії, спрямовані на свідомість людини;

Г) невідчутні дії з невідчутними активами;

Д) немає вірної відповіді.

*7. Послуги транспортування вантажів – це:*

А) відчутні дії, спрямовані на тіло людини;

Б) відчутні дії, спрямовані на товари та інші фізичні об’єкти;

В) невідчутні дії, спрямовані на свідомість людини;

Г) невідчутні дії з невідчутними активами;

Д) немає вірної відповіді.

*8. Послуги пасажирського транспорту – це:*

А) відчутні дії, спрямовані на тіло людини;

Б) відчутні дії, спрямовані на товари та інші фізичні об’єкти;

В) невідчутні дії, спрямовані на свідомість людини;

Г) невідчутні дії з невідчутними активами;

Д) немає вірної відповіді.

*9. За складом послуги виділяють:*

А) комбіновані та некомбіновані послуги;

Б) послуги-товари и послуги-дії;

В) прості і складні;

Г) завершені і незавершені;

Д) немає вірної відповіді.

*10. За масовістю клієнтури послуг виділяють:*

А) роздрібні та гуртові;

Б) одиничні, серійні та масові;

В) індивідуальні, групові, масові;

Г) одноразові та багаторазові;

Д) немає вірної відповіді.

*11. За комплексністю надання послуг виділяють:*

А) роздрібні та гуртові;

Б) одиничні, серійні та масові;

В) індивідуальні, групові, масові;

Г) основні, супутні, допоміжні, комплексні;

Д) немає вірної відповіді.

*12. Послуги, що регламентуються нормами права, вказівками посадових осіб, традиційними соціальними інститутами, називаються:*

А) обов’язкові послуги;

Б) мериторні послуги;

В) нав’язані послуги;

Г) добровільні послуги;

Д) немає вірної відповіді.

*13. За періодичністю надання виділяють послуги:*

А) одноразові; послуги, що надаються рідко; періодичні; систематичні; регулярні; постійні;

Б) одноразові та багаторазові;

В) масові та одиничні;

Г) добровільні, нав’язані та мериторні;

Д) немає вірної відповіді.

*14. До постійних послуг відносять:*

А) послуги пасажирського транспорту;

Б) туристичні та оздоровчі послуги;

В) послуги водо-, електро- та газопостачання;

Г) освіта;

Д) немає вірної відповіді.

*15. Вид підприємницької діяльності щодо задоволення конкретної побутової потреби індивідуального замовника – це:*

А) торгівля;

Б) побутові послуги;

В) соціально-культурні послуги;

Г) житлово-комунальні послуги;

Д) транспортні послуги.

*16. 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:*

А) торгівля;

Б) побутові послуги;

В) соціально-культурні послуги;

Г) житлово-комунальні послуги;

Д) транспортні послуги.

*17. Діяльність спеціалізованих компаній щодо надання інтелектуальних, інформаційних послуг суб’єктам господарювання з різноманітних виробничих, організаційних, юридичних, маркетингових, фінансових та інших питань – це:*

А) консалтинг;

Б) інжиніринг;

В) екаунтінг;

Г) франчайзинг;

Д) немає вірної відповіді.

*18. 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:*

А) розробка і перевірна концепції;

Б) розробка маркетингової стратегії;

В) бізнес-аналіз;

Г) розробка послуги;

Д) комерціалізація.

*19. Етап життєвого циклу послуги, на якому послуга виводиться на ринок і реалізується на регіональному, національному або міжнародному рівні, має назву:*

А) розробка і перевірна концепції;

Б) розробка маркетингової стратегії;

В) бізнес-аналіз;

Г) розробка послуги;

Д) комерціалізація.

*20. Стадія життєвого циклу послуги, на якій досягається стійкий конкурентоспроможний стан, має назву:*

А) бізнес-аналіз;

Б) розробка послуги;

В) комерціалізація:

Г) кількісний ріст;

Д) немає вірної відповіді.

***Тема 1.3. «Ринок послуг в Україні»***

*1. 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:*

А) ринкова економіка;

Б) ринок послуг;

В) сфера обміну послуг;

Г) сфера реалізації послуг;

Д) немає вірної відповіді.

*2. На швидкий розвиток і розширення ринку послуг не впливає:*

А) високий рівень життя населення;

Б) глобалізація та розвиток ТНК;

В) науково-технічний прогрес;

Г) зростання конкуренції;

Д) немає вірної відповіді.

*3. Вільний, монополізований, державно-регульований і планово-регульований ринки послуг виділяють при класифікації:*

А) за видом послуг;

Б) у просторовому відношенні;

В) за механізмом функціонування;

Г) за рівнем насиченості;

Д) за структурою.

*4. Потенційний, реальний або дійсний, обслуговуваний та освоєний ринок послуг виділяють при класифікації:*

А) за видом послуг;

Б) у просторовому відношенні;

В) за механізмом функціонування;

Г) за рівнем насиченості;

Д) за структурою.

*5. Рівноважний, дефіцитний та надлишковий ринки послуг виділяють при класифікації:*

А) за видом послуг;

Б) у просторовому відношенні;

В) за механізмом функціонування;

Г) за рівнем насиченості;

Д) за структурою.

*6. 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:*

А) інформаційна;

Б) посередницька;

В) стимулювання ефективного господарювання та раціонального використання ресурсів;

Г) забезпечення структурної пропорційності;

Д) немає вірної відповіді.

*7. Функція ринку послуг, яка через механізм конкурентної боротьби усуває з ринку неконкурентоспроможні підприємства, називається:*

А) санування ринкового середовища;

Б) розподілу та обміну;

В) посередницька;

Г) інформаційна;

Д) немає вірної відповіді.

*8. Споживчий ризик, при якому споживач вагається, чи не буде завдано йому фізичної шкоди під час обслуговування, називається:*

А) виконавчий;

Б) фізичний;

В) фінансовий;

Г) психологічний;

Д) соціальний.

*9. Споживчий ризик, при якому споживач вагається як саме придбання послуги позначиться на його іміджі в очах інших людей, називається:*

А) виконавчий;

Б) фізичний;

В) фінансовий;

Г) психологічний;

Д) соціальний.

*10. До головних відмінностей ринку послуг не належить:*

А) висока динаміка ринкових процесів;

Б) локальний характер;

В) низька швидкість обороту коштів;

Г) висока чутливість до змін ринкової кон’юнктури;

Д) немає вірної відповіді.

*11. Відповідно до типів розселення населення виділяють ринки послуг:*

А) національний та регіональний;

Б) суцільний та нерівномірний;

В) компактний та дисперсний;

Г) комплексний та одиночний;

Д) немає вірної відповіді.

*12. Значний незабезпечений попит, низький рівень конкуренції, зручність пошуку сегменту ринку, низький рівень витрат на стимулювання збуту – це характеристики притаманні:*

А) регіональному ринку послуг;

Б) компактному ринку послуг;

В) комплексному ринку послуг;

Г) одиничному ринку послуг;

Д) немає вірної відповіді.

*13. Сукупність галузей, підгалузей і служб, які створюють загальні умови для ефективного функціонування всього відтворювального процесу і відтворення робочої сили це:*

А) сфера обслуговування;

Б) інфраструктура;

В) допоміжні та обслуговуючі виробництва;

Г) допоміжні та обслуговуючі галузі економіки;

Д) немає вірної відповіді.

*14. Інфраструктура ринку послуг, що забезпечує політико-правове і соціально-економічне функціонування суб’єктів ринку послуг, називається:*

А) соціальна;

Б) випереджаюча;

В) інституційна;

Г) соціально-культурна;

Д) немає вірної відповіді.

*15. Випереджаюча, одночасна, запізніла інфраструктура ринку послуг виділяється при класифікації:*

А) за видами послуг;

Б) за співвідношенням розвитку основного виробництва та інфраструктури;

В) за рівнем функціонування;

Г) за об’єктами обслуговування;

Д) немає вірної відповіді.

***Тема 1.4. «Конкуренція на ринку послуг»***

*1. Економічний механізм взаємодії і боротьби між підприємствами, що функціонують на ринку з метою одержання прибутку через задоволення різноманітних потреб споживачів:*

А) конкурентні переваги;

Б) позиціонування;

В) конкуренція;

Г) конкурентоспроможність;

Д) немає вірної відповіді.

*2. Здатність об’єкта, що характеризується ступенем реального чи потенційного задоволення ним певної потреби у порівнянні з аналогічними об’єктами, представленими на певному ринку:*

А) конкурентні переваги;

Б) конкуренція;

В) конкурентоспроможність;

Г) конкурентоспроможність продукції;

Д) немає вірної відповіді.

*3. Сукупність системних критеріїв кількісної оцінки рівня конкурентоспроможності послуги, які базуються на параметрах конкурентоспроможності:*

А) параметри конкурентоспроможності;

Б) технічні параметри;

В) економічні параметри;

Г) нормативні параметри;

Д) немає вірної відповіді.

4. Не є функцією конкуренції:

А) мотиваційна;

Б) контролююча;

В) узгодження попиту і пропозиції;

Г) регуляційна;

Д) немає вірної відповіді.

*5. Значна кількість самостійних організацій, які прагнуть зміцнити своє економічне становище, залучаючи покупців завдяки пропозиції кращих умов продажу порівняно з конкурентами утворює:*

А) конкурентні переваги;

Б) конкурентне середовище;

В) конкурентоспроможність;

Г) монопольне становище;

Д) немає вірної відповіді.

***Тема 2.1. Особливості підприємницької діяльності у сфері транспортних послуг.***

1. Узагальнюючим підходом до визначення поняття менеджмент не є:

А) менеджмент як інтегральний процес;

Б) менеджмент як наука;

В) менеджмент як орган або апарат управління;

Г) менеджмент як мистецтво;

Д) немає вірної відповіді.

2. Виникнення поняття «сервісний менеджмент» пов’язано з:

А) розвитком сфери послуг;

Б) прискоренням НТП;

В) розвитком суспільства в цілому;

Г) підвищенням рівня життя населення;

Д) немає вірної відповіді.

3. До предметних областей, що відіграли вирішальну роль у становленні сервісного менеджменту, не відносять:

А) маркетинг;

Б) теорію ймовірності;

В) управління якістю;

Г) операційний менеджмент;

Д) немає вірної відповіді.

4. Першою складовою моделі сервісного менеджменту є:

А) місія сервісного підприємства;

Б) політика сервісного підприємства;

В) сегмент ринку;

Г) система надання послуг;

Д) концепція обслуговування.

5. Всі складові моделі сервісного менеджменту поєднує:

А) місія сервісного підприємства;

Б) політика сервісного підприємства;

В) сегмент ринку;

Г) система надання послуг;

Д) концепція обслуговування.

6. При розробці системи надання послуг не враховують такі чинники:

А) місце розташування підприємства;

Б) календарне планування робіт залежить в основному від споживачів;

В) визначення і вимір якості послуг утруднено;

Г) маркетинг і виробництво у сфері послуг іноді важко розділити;

Д) немає вірної відповіді.

7. Специфічність сервісного менеджменту полягає в особливостях послуг, до яких не відносять:

А) невідчутність послуг;

Б) складність стандартизації;

В) неможливість зберігання;

Г) надання послуг невіддільно від споживання;

Д) немає вірної відповіді.

8. До завдань менеджменту у сфері послуг не відносять:

А) встановлення цілій та розробка планів;

Б) забезпечення прибутковості діяльності;

В) об’єднання людей навколо цілей;

Г) організація процесів розробки та надання послуг;

Д) немає вірної відповіді.

9. Рівні управління утворюються в результаті:

А) горизонтального поділу управлінської праці;

Б) вертикального поділу управлінської праці;

В) функціонального поділу управлінської праці;

Г) виробничого поділу управлінської праці;Д) немає вірної відповіді.

10. Розробка перспективних планів, формування цілей, керування відносинами між підприємством і зовнішнім середовищем відбувається на:

А) інституційному рівні управління;

Б) управлінському рівні;

В) технічному рівні;

Г) на всіх рівнях;

Д) немає вірної відповіді.

11. Управління та координація всередині організації, узгодження форм діяльності різних підрозділів підприємства відбувається на:

А) інституційному рівні управління;

Б) управлінському рівні;

В) технічному рівні;

Г) на всіх рівнях;

Д) немає вірної відповіді.

12. Проведення щоденних операцій та дій необхідних для забезпечення ефективної праці без перешкод у наданні послуг відбувається на:

А) інституційному рівні управління;

Б) управлінському рівні;

В) технічному рівні;

Г) на всіх рівнях;

Д) немає вірної відповіді.

13. Вид діяльності менеджерів в процесі управління:

А) функція управління;

Б) процес управління;

В) структура управління;

Г) механізм управління;

Д) немає вірної відповіді.

14. Об’єднання функцій та структури управління через певний механізм – це:

А) функція управління;

Б) процес управління;

В) структура управління;

Г) механізм управління;

Д) немає вірної відповіді.

15. Склад і підпорядкованість різних елементів, ланок і рівнів управління – це:

А) функція управління;

Б) процес управління;

В) структура управління;

Г) механізм управління;

Д) немає вірної відповіді.

16. Сукупність функцій, важелів, методів, інструментів та стимулів управління, що забезпечують взаємозв’язок його підсистем:

А) функція управління;

Б) процес управління;

В) структура управління;

Г) механізм управління;

Д) немає вірної відповіді.

17. Сукупність соціальних, економічних та технічних ресурсів підприємства:

А) структура управління;

Б) механізм управління;

В) об’єкт управління;

Г) суб’єкт управління;

Д) немає вірної відповіді.

18. Особа або група осіб, які встановлюють цілі перед об’єктом управління і контролюють їх досягнення:

А) структура управління;

Б) механізм управління;

В) об’єкт управління;

Г) суб’єкт управління;

Д) немає вірної відповіді.

19. До підсистем менеджменту не відносять:

А) технічну;

Б) технологічну;

В) економічну;

Г) контрольна;

Д) немає вірної відповіді.

20. Способи цілеспрямованого впливу на окремих працівників та їх групи, що функціонують у складі організації:

А) методи управління;

Б) інструменти управління;

В) мотивація;

Г) механізм управління;

Д) немає вірної відповіді.

***Тема 2.3. Особливості підприємницької діяльності у сфері надання послуг зв’язку***

*1. Набір дій і рішень, які використовуються керівництвом для розробки специфічних стратегій, що сприяють досягненню загальних цілей організації, – це:*

А) стратегія;

Б) планування;

В) стратегічне управління;

Г) стратегічне планування;

Д) немає вірної відповіді.

*2. Не потрібно змінювати, доповнювати і покращувати стратегію у випадку:*

А) коли необхідно зміцнити напрям зусиль підприємства;

Б) коли необхідно стимулювати зростання прибутку;

В) удосконалити систему обробки інформації та прийняття рішень;

Г) коли галузь, у якій функціонує підприємство швидко змінюється;

Д) немає вірної відповіді.

*3. Сукупність можливостей сервісного підприємства щодо надання послуг – це:*

А) потенціал сервісного підприємства;

Б) стратегія сервісного підприємства;

В) конкурентоспроможність сервісного підприємства;

Г) конкурентна перевага сервісного підприємства;

Д) немає вірної відповіді.

*4. Система управлінських рішень, що визначають перспективні напрямки його розвитку, форми і способи його діяльності в умовах навколишнього середовища і порядок розподілу ресурсів для досягнення поставлених цілей, – це:*

А) потенціал сервісного підприємства;

Б) стратегія сервісного підприємства;

В) конкурентоспроможність сервісного підприємства;

Г) конкурентна перевага сервісного підприємства;

Д) немає вірної відповіді.

*5. Здатність підприємства вести успішну конкурентну боротьбу, продуктивно використовуючи наявні ресурси, – це:*

А) потенціал сервісного підприємства;

Б) стратегія сервісного підприємства;

В) конкурентоспроможність сервісного підприємства;

Г) конкурентна перевага сервісного підприємства;

Д) немає вірної відповіді.

*6. Довгостроковий якісно визначений напрям розвитку підприємства, спрямований на закріплення його позицій та досягнення поставлених цілей – це:*

А) потенціал сервісного підприємства;

Б) стратегія сервісного підприємства;

В) конкурентоспроможність сервісного підприємства;

Г) конкурентна перевага сервісного підприємства;

Д) немає вірної відповіді.

*7. Розробка стратегії дає підприємству:*

А) можливість сформувати гнучкі, більш або менш обґрунтовані плани:

Б) негайний результат;

В) 100% передбачення майбутнього%

Г) 100% виконання всіх стратегічних планів;

Д) немає вірної відповіді.

*8. Стратегії сервісного підприємства не класифікують за:*

А) рівнем управління;

Б) стадією «життєвого циклу» підприємства;

В) характером поведінки на ринку;

Г) позицією в конкурентному середовищі;

Д) немає вірної відповіді.

*9. До характеристик активної стратегії не відносять:*

А) ринкова орієнтація;

Б) диверсифікація;

В) технологічна орієнтація;

Г) наступальність;

Д) немає вірної відповіді.

*10. До характеристик пасивної стратегії не відносять;*

А) концентрація діяльності підприємства на визначеній сфері;

Б) ринкова орієнтація;

В) технологічна орієнтація;

Г) оборона;

Д) немає вірної відповіді.

*11. Обмеження інновацій, використання вже перевірених управлінських рішень характерно для:*

А) активної рецептивної стратегії;

Б) пасивної рецептивної стратегії;

В) активної адаптивної стратегії;

Г) пасивної адаптивної стратегії;

Д) немає вірної відповіді.

*12. Утримання серед новаторських підприємств шляхом негайного використання нових рішень, зразків тощо, характерно для:*

А) активної рецептивної стратегії;

Б) пасивної рецептивної стратегії;

В) активної адаптивної стратегії;

Г) пасивної адаптивної стратегії;

Д) немає вірної відповіді.

*13. Стратегія, яка припускає вирішення завдання росту за рахунок виробництва нового продукту, що буде реалізовуватися на вже освоєному підприємством ринку, називається:*

А) стратегія посилення позицій;

Б) стратегія розвитку ринку;

В) стратегія розвитку продукту;

Г) стратегія інтегрованого росту;

Д) немає вірної відповіді.

*14. Стратегія, що полягає в пошуку нових ринків для вже виробленого продукту, називається:*

А) стратегія посилення позицій;

Б) стратегія розвитку ринку;

В) стратегія розвитку продукту;

Г) стратегія інтегрованого росту;

Д) немає вірної відповіді.

*15. Стратегія спрямована на ріст підприємства за рахунок придбання або ж посилення контролю над постачальниками, називається:*

А) стратегія зворотної вертикальної інтеграції;

Б) стратегія вертикальної інтеграції, що прямує вперед;

В) стратегія посилення позицій;

Г) стратегія розвитку ринку;

Д) немає вірної відповіді.

*16. Стратегія , яка виражається зростанням підприємства за рахунок придбання або ж посилення контролю над структурами, що знаходяться між підприємством і кінцевим споживачем, називається:*

А) стратегія зворотної вертикальної інтеграції;

Б) стратегія вертикальної інтеграції, що прямує вперед;

В) стратегія посилення позицій;

Г) стратегія розвитку ринку;

Д) немає вірної відповіді.

*17. Стратегії, що реалізуються тоді, коли підприємство далі не може розвиватися на даному ринку з даним продуктам у рамках галузі, називається:*

А) стратегії концентрованого росту;

Б) стратегії інтегрованого росту;

В) стратегії диверсифікованого росту;

Г) стратегії скорочення;

Д) немає вірної відповіді.

*18. Стратегія, яка базується на пошуку і використанні додаткових можливостей виробництва нових продуктів, що укладені в існуючому бізнесі, називається:*

А) стратегія вертикальної інтеграції;

Б) стратегія центрованого диверсифікованого зростання;

В) стратегія розвитку ринку;

Г) стратегія посилення позицій;

Д) немає вірної відповіді.

*19. Стратегія, яка полягає у пошуку можливостей росту на існуючому ринку за рахунок нового продукту, що вимагає нової технології, відмінної від застосованої, називається:*

А) стратегія вертикальної інтеграції;

Б) стратегія центрованої диверсифікації;

В) стратегія горизонтальної диверсифікації;

Г) стратегія конгломеративної диверсифікації;

Д) немає вірної відповіді.

*20. Стратегія, яка полягає в тому, що підприємство розширюється за рахунок виробництва технологічно не пов’язаних із вже виробленими новими продуктами, що реалізуються на нових риках, називається:*

А) стратегія вертикальної інтеграції;

Б) стратегія центрованої диверсифікації;

В) стратегія горизонтальної диверсифікації;

Г) стратегія конгломеративної диверсифікації;

Д) немає вірної відповіді.

*21. До стратегій скорочення не відносять:*

А) стратегія «збору урожаю»;

Б) стратегія ліквідації;

В) стратегія скорочення витрат;

Г) стратегія розвитку ринку;

Д) немає вірної відповіді.

*22. До конкурентних стратегій не відносять:*

А) стратегія «збору урожаю»;

Б) стратегія лідерства за витратами;

В) стратегія широкої диференціації;

Г) стратегія упередження;

Д) немає вірної відповіді.

*23. Стратегія, спрямована на надання товарам компанії специфічних рис, що відрізняють їх від товарів підприємств-конкурентів, що, в свою чергу, сприяє збільшенню кількості покупців, називається:*

А) стратегія лідерства за витратами;

Б) стратегія широкої диверсифікації;

В) стратегія оптимальних витрат;

Г) стратегія ринкової ніші;

Д) стратегія упередження;

*24. Стратегія, яка найбільш часто використовується фірмами у галузях, що знаходяться на початкових стадіях свого життєвого циклу, та пов’язані з формуванням стратегічного активу випередження, який не завжди нейтралізується конкурентами, називається:*

А) стратегія лідерства за витратами;

Б) стратегія широкої диверсифікації;

В) стратегія оптимальних витрат;

Г) стратегія ринкової ніші;

Д) стратегія упередження.

*25. Стратегія, яка дає можливість покупцям отримати за свої кошти більшу цінність за рахунок поєднання низьких витрат та широкої диференціації продукції, називається:*

А) стратегія лідерства за витратами;

Б) стратегія широкої диверсифікації;

В) стратегія оптимальних витрат;

Г) стратегія ринкової ніші;

Д) стратегія упередження.

***Тема 2.5. Особливості підприємницької діяльності у сфері побутових послуг населенню***

1. Процес передачі менеджером завдань і повноважень співробітникам, які займають позиції на нижчих рівнях ієрархії та готові прийняти на себе відповідальність за їх виконання:

А) організація;

Б) делегування;

В) обов’язки;

Г) повноваження;

Д) немає вірної відповіді.

2. Процес створення структури підприємства, шляхом визначення видів діяльності, необхідних для досягнення цілей підприємства і кожного його підрозділу, групування циз видів діяльності, закріплення сформованих груп за певними управляючими, делегування повноважень і інформаційних зв’язків по горизонталям і вертикалям організаційної структури – це:

А) організація;

Б) делегування;

В) обов’язки;

Г) повноваження;

Д) немає вірної відповіді.

3. Право використовувати ресурси організації і спрямовувати зусилля деяких співробітників на виконання певних завдань – це:

А) організація;

Б) делегування;

В) обов’язки;

Г) повноваження;

Д) немає вірної відповіді.

4. Необхідність виконувати функції пов’язані із роботою:

А) організація;

Б) делегування;

В) обов’язки;

Г) повноваження;

Д) немає вірної відповіді.

5. Повноваження, які передаються підлеглим через спеціальний адміністративний апарат:

А) функціональні;

Б) апаратні;

В) лінійні;

Г) прямі;

Д) немає вірної відповіді.

***Тема 2.6. Особливості підприємницької діяльності в сфері готельно-ресторанної справи***

*1. До основних причин виникнення управлінських проблем в діяльності підприємств сфери послуг не відносять:*

А) помилкову оцінку можливостей підприємства і його співробітників;

Б) високий рівень кваліфікації управлінців;

В) неправильні принципи і методи діяльності персоналу підприємства;

Г) зміни в політиці та економіці держави;

Д) немає вірної відповіді.

*2. Свідомий вибір того, як діяти в конкретних умовах – це:*

А) стратегія;

Б) планування;

В) рішення;

Г) мотивація;

Д) немає вірної відповіді.

*3. Процес вибору напрямку дій з двох або більше альтернатив – це:*

А) прийняття рішень;

Б) планування стратегії;

В) делегування;

Г) реалізація рішення;

Д) немає вірної відповіді.

*4. Рішення, спрямовані на вирішення питань, викликаних часто повторюваними, так званими стандартними ситуаціями, ґрунтуються на встановлені політики, правил і порядку, називаються:*

А) організаційні;

Б) персональні;

В) запрограмовані;

Г) незапрограмовані;

Д) немає вірної відповіді.

*5. Рішення, що приймаються керівником в межах формальних рамок його офіційної влади та авторитету, називаються:*

А) організаційні;

Б) персональні;

В) запрограмовані;

Г) незапрограмовані;

Д) немає вірної відповіді.

*6. Рішення, які не обмежуються політикою, правилами і процедурами, необхідні в ситуаціях, які є новими, внутрішньо не структурованими або пов’язаними з невідомими факторами, називаються:*

А) організаційні;

Б) персональні;

В) запрограмовані;

Г) незапрограмовані;

Д) немає вірної відповіді.

*7. Рішення, що приймаються керівником як приватною особою, у власних інтересах, називаються:*

А) організаційні;

Б) персональні;

В) запрограмовані;

Г) незапрограмовані;

Д) немає вірної відповіді.

*8. Рішення, що приймаються на середньому або низовому рівні управління, і є частиною короткострокових планів, називаються:*

А) короткострокові;

Б) операційні;

В) стратегічні;

Г) дослідницькі;

Д) немає вірної відповіді.

*9. Спонтанні рішення, що приймаються як відповідь на конкретну загрозу; вибір робиться на основі відчуття, що він вірний, називаються:*

А) короткострокові;

Б) операційні;

В) стратегічні;

Г) дослідницькі;

Д) немає вірної відповіді.

*10. Рішення, що приймаються в умовах достатньої кількості часу, вибір зумовлений знаннями та набутим досвідом, називаються:*

А) короткострокові;

Б) операційні;

В) стратегічні;

Г) дослідницькі;

Д) немає вірної відповіді.

*11. Рішення, пов’язані з виникненням складних проблем і змін в оточуючому середовищі і приймаються на вищому рівні управлінні, називаються:*

А) короткострокові;

Б) операційні;

В) стратегічні;

Г) дослідницькі;

Д) немає вірної відповіді.

*12. Не є вимогою до управлінських рішень:*

А) спонтанність;

Б) наукова обґрунтованість;

В) кількісна і якісна визначеність;

Г) цілеспрямованість;

Д) немає вірної відповіді.

*13. Підхід до прийняття управлінських рішень, за якого відбувається передача відповідальності з прийняття рішень на більш низький управлінський рівень, називається:*

А) груповий;

Б) індивідуальний;

В) централізований;

Г) децентралізований;

Д) немає вірної відповіді.

*14. Підхід до управлінських рішень, за якого більшість рішень приймається вищим рівнем управління, називається:*

А) груповий;

Б) індивідуальний;

В) централізований;

Г) децентралізований;

Д) немає вірної відповіді.

*15. Підхід до прийняття управлінських рішень, за якого відбувається процес консультацій і опитування думки інших, разом з тим, останнє слово залишається за керівником, називається:*

А) груповий;

Б) індивідуальний;

В) централізований;

Г) децентралізований;

Д) немає вірної відповіді.

*16. Підхід до прийняття управлінських рішень, який передбачає прийняття рішення на користь більшості, називається:*

А) система участі;

Б) система неучасті;

В) компромісний;

Г) демократичний;

Д) децентралізований.

*17. Фактори, що впливають на прийняття управлінських рішень і втілюють соціально-психологічні риси людей, називають:*

А) об’єктивні;

Б) суб’єктивні;

В) зовнішні;

Г) внутрішні;

Д) немає вірної відповіді.

*18. До етапів процесу розробки і прийняття простих управлінських рішень не відносять:*

А) вибір альтернативи;

Б) визначення альтернатив;

В) діагностику проблеми;

Г) оцінку альтернатив;

Д) немає вірної відповіді.

*19. До процедур етапу визначення проблеми при розробці та прийняття складних управлінських рішень не відносять:*

А) визначення необхідних ресурсів;

Б) діагностику проблемної ситуації;

В) виникнення ситуації;

Г) появу проблеми та її виявлення;

Д) немає вірної відповіді.

*20. До процедур етапу вибору і реалізації рішення відносять:*

А) розробку критеріїв рішення;

Б) оцінку отриманого результату рішення;

В) формування альтернатив рішення;

Г) оцінку наслідків альтернатив;

Д) немає вірної відповіді.

*21. Модель, при якій використовують символи для характеристики об’єкта у вигляді математичних рівнянь, називається:*

А) фізична;

Б) аналогова;

В) математична;

Г) збалансована;

Д) немає вірної відповіді.

*22. Модель, яка зображує предмет або ситуацію, показуючи як вона виглядає, називається:*

А) фізична;

Б) аналогова;

В) математична;

Г) збалансована;

Д) немає вірної відповіді.

*23. Модель, яка використовується для визначення часу розміщення замовлень на ресурси та їх кількості, а також маси готової продукції на складах, називається:*

А) теорія ігор;

Б) модель управління запасами;

В) модель лінійного програмування;

Г) імітаційне моделювання;

Д) немає вірної відповіді.

*24. Модель, яка використовується для визначення оптимальної кількості каналів обслуговування споживачів відносно до їх потреб, називається:*

А) теорія ігор;

Б) модель управління запасами;

В) модель лінійного програмування;

Г) імітаційне моделювання;

Д) немає вірної відповіді.

*25. До методів обґрунтування і прийняття управлінських рішень не відносять:*

А) матрицю оцінки наслідків реалізації рішення;

Б) метод «дерева рішень»;

В) аналітично-систематизаційний метод;

Г) метод прогнозування;

Д) немає вірної відповіді.