

Державний торговельно-економічного університет
Відокремлений структурний підрозділ
«Харківський торговельно-економічний фаховий коледж
Державного торговельно-економічного університету»

ЗАТВЕРДЖЕНО
педагогічною радою
ВСП «ХТЕФК ДТЕУ»
18 травня 2022 р.
(протокол № 7, п.)

ПРОГРАМА КВАЛІФІКАЦІЙНОГО ЕКЗАМЕНУ

галузь знань	24 Сфера обслуговування (шифр і назва галузі знань)
спеціальність	242 Туризм (код і найменування спеціальності)
освітньо-професійна програма	Туристичне обслуговування (найменування освітньо-професійної програми)
освітня кваліфікація	Фаховий молодший бакалавр з туристичного обслуговування (кваліфікація відповідно до стандарту фахової передвищої освіти)
кваліфікація в дипломі	Освітньо-професійний ступінь – Фаховий молодший бакалавр Спеціальність – Туризм Освітньо-професійна програма «Туристичне обслуговування» (кваліфікація відповідно до освітньо-професійної програми)
рік набору	2020 (рік набору)

Харків, 2022 рік

Розробники:	<u>Катаєв Андрій Володимирович, викладач циклової комісії економіки, управління та адміністрування, кандидат економічних наук, доцент</u>
	<u>Шубіна Лідія Юріївна, викладач циклової комісії харчових технологій та готельно-ресторанної справи, кандидат технічних наук, доцент</u>
	<u>Болотова Тетяна Миколаївна, викладач циклової комісії економіки, управління та адміністрування, кандидат економічних наук, доцент</u>
	<u>Курилова Наталія Михайлівна, викладач циклової комісії економіки, управління та адміністрування</u>
Гарант освітньо-професійної програми	<u>Тетеріна Тетяна Анатоліївна, викладач циклової комісії харчових технологій та готельно-ресторанної справи</u>

Програму обговорено та схвалено на засіданні циклової комісії економіки, управління та адміністрування

назва циклової комісії

протокол від 10.05.2022 р. № 7.

Програму розглянуто та схвалено на засіданні методичної комісії коледжу, протокол від 11 травня 2022 р. № 3.

1. ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ

Відповідно до положень Закону України «Про фахову передвищу освіту» фахова передвища освіта передбачає набуття здобувачами освіти здатності до виконання типових спеціалізованих завдань у певній галузі професійної діяльності, пов'язаних з виконанням виробничих завдань підвищеної складності та/або здійсненням обмежених управлінських функцій, що характеризуються певною невизначеністю умов та потребують застосування положень і методів відповідної науки.

Мета атестації – оцінювання відповідності отриманих результатів навчання вимогам освітньо-професійної програми та стандарту фахової передвищої освіти.

Завдання атестації полягає у визначенні рівня сформованості у здобувача фахової передвищої освіти:

- всебічних спеціалізованих емпіричних та теоретичних знань у сфері професійної діяльності, усвідомлення меж цих знань;
- широкого спектру когнітивних та практичних умінь/навичок, необхідних для розв'язання складних задач у спеціалізованих сферах професійної діяльності;
- умінь/навичок знаходження творчих рішень або відповідей на чітко визначені конкретні та абстрактні проблеми на основі ідентифікації та застосування даних.

Форма атестації за освітньої програмою «Туристичне обслуговування» – кваліфікаційний екзамен.

Програму кваліфікаційного екзамену розроблено відповідно до освітньо-професійної програми підготовки «Туристичне обслуговування» спеціальності 242 Туризм галузі знань 24 Сфера обслуговування та стандарту фахової передвищої освіти за спеціальністю.

Організація і порядок проведення атестації здобувачів освіти регламентується наступними нормативними документами:

- Законом України «Про фахову передвищу освіту» від 06.06.2019 р. № 2745-VIII, Законом України «Про освіту» від 05.09.2017 р. № 2145-VIII;
- Положенням про атестацію здобувачів освіти та екзаменаційну комісію у Відокремленому структурному підрозділі «Харківський торговельно-економічний фаховий коледж Державного торговельно-економічного університету», затвердженим рішенням педагогічної ради від 31.01.2022 р. (протокол № 5, п. 2);
- Положенням про організацію освітнього процесу у Відокремленому структурному підрозділі «Харківський торговельно-економічний фаховий

коледж Державного торговельно-економічного університету», затвердженим рішенням педагогічної ради від 31.01.2022 р. (протокол № 5, п. 2);

- Положенням про оцінювання результатів навчання здобувачів освіти у Відокремленому структурному підрозділі «Харківський торговельно-економічний фаховий коледж Державного торговельно-економічного університету», затвердженим рішенням педагогічної ради від 31.01.2022 р. (протокол № 5, п. 2);

- Порядком проведення атестації здобувачів освіти з використанням технологій дистанційного навчання у Відокремленому структурному підрозділі «Харківський торговельно-економічний фаховий коледж Державного торговельно-економічного університету», затвердженим рішенням педагогічної ради від 31.01.2022 р. (протокол № 5, п. 2);

- іншими нормативними актами України з питань освіти.

2. ПРОГРАМА АТЕСТАЦІЇ

Структура кваліфікаційного екзамену: 1) Маркетинг послуг; 2) Управління персоналом; 3) Правове регулювання в туристичній діяльності; 4) Технологія і організація туристичного обслуговування.

2.1. Маркетинг послуг

Тема 1. Поведінка споживачів в умовах економічного обміну

Теорії поведінки людини на ринку. Економічний обмін, його умови. Предмет та об'єкт дисципліни «Поведінка споживача». Мотиваційні теорії поведінки людей. Теорії мотивації в психології. Теорії мотивації поведінки споживача в маркетингу.

Тема 2. Поняття, структура і сутність поведінки споживачів

Підходи щодо дослідження поведінки споживачів. Мікроекономічний підхід до моделювання поведінки споживачів. Психологічний підхід до вивчення поведінки споживачів. Соціологічні та інтегровані підходи до вивчення поведінки споживачів. Структура моделі поведінки на споживчому ринку. Цінності споживачів та їх вплив на поведінку. «Чорна скринька» поведінки споживача та чинники впливу на споживача.

Тема 3. Фактори зовнішнього впливу на поведінку споживачів

Вплив культурних факторів на поведінку споживачів. Культурні чинники поведінки споживачів. Субкультурні чинники поведінки. Вплив соціальних і демографічних факторів на поведінку споживачів. Референтні групи і статус споживача. Родина і домашнє господарство.

Тема 4. Фактори внутрішнього впливу на поведінку споживачів

Особистісно-психологічні фактори поведінки споживачів. Особистісні фактори. Психологічні фактори. Мотиваційні і ситуаційні фактори поведінки. Теорії мотивації. Зацікавленість, сприйняття і переконання як чинники впливу на поведінку споживача. Ситуаційні чинники поведінки споживача.

Тема 5. Процес прийняття рішень і споживачем

Процес прийняття рішень індивідуальним споживачем. Модель прийняття рішень про купівлю. Усвідомлення потреби. Пошук інформації. Оцінка альтернатив. Рішення про купівлю. Реакція на покупку.

Процес прийняття рішень індустріальним споживачем. Основні характеристики ринку організаційних споживачів. Модель поведінки організаційного покупця. Учасники процесу придбання товарів організацією та фактори впливу на них. Здійснення закупівель для потреб підприємства.

Тема 6. Маркетингові інструменти впливу на поведінку споживачів

Вплив комплексу маркетингу на поведінку споживачів. Вплив маркетингової комунікації на поведінку споживачів. Вплив товарної політики на поведінку споживачів. Вплив збутової політики. Вплив цінової політики на поведінку споживачів. Вплив цінової політики на поведінку споживачів. Особливості сприйняття ціни споживачами.

Тема 7. Поведінкова реакція покупців

Види реакцій на спонукальні чинники маркетингу. Пізнавальна реакція. Емоційна реакція. Поведінкова реакція. Залучення споживачів до процесу вибору продукту. Залучення споживачів до процесу вибору продукту. Сприйняття і засвоювання інформації про товарні марки. Ставлення до товару.

Характеристика методів дослідження поведінки споживачів. Загальна характеристика методів дослідження поведінки споживачів. Вимірювання пізнавальної реакції споживачів. Дослідження емоційної реакції споживачів. Вимірювання емоційної реакції. Вимірювання поведінкової реакції.

Характеристика якісних досліджень поведінки споживачів. Загальна характеристика якісних досліджень. Методи проведення якісних досліджень. Методики, які застосовуються при проведенні якісних досліджень. Різновиди якісних досліджень поведінки споживачів. Спостереження і експерименти. Опитувальні методики, проєкційні і експертні методи.

Тема 8. Конс'юмеризм і основні права споживачів

Права споживачів як складова поведінкового процесу. Сутність консьюмеризму і основні права споживачів. Державний захист прав споживачів. Ризики в купівельній поведінці споживачів.

Поняття лояльності споживачів. Види лояльності споживачів. Управління

лояльністю споживачів. Методи оцінки лояльності споживачів. Програми лояльності та їх вплив на поведінку споживачів.

Проблеми взаємовідносин продавця і споживача. Скарги і рекламації у взаємовідносинах з клієнтами.

Тема 9. Контроль, ревізія і аудит в маркетинговій діяльності

Оцінка ефективності маркетингових інструментів впливу на споживача. Розробка маркетингових стратегій впливу на споживача.

Рекомендовані джерела інформації

1. Іванова Л. О., Семак Б. Б., Вовчанська О. М. Маркетинг послуг : навчальний посібник. Львів, 2018. 508 с.

2. Храбатин О. І., Яворська Л. В. Маркетинг : навчальний посібник. Київ, 2014. 284 с.

2.2. Управління персоналом

Тема 1. Місце та роль управління персоналом серед інших управлінських наук

Рівні управління підприємством. Теорія управління. Другий рівень управління підприємством – управління (менеджмент). Самоорганізація (самоменеджмент). Види структурного управління. Економічна теорія управління персоналом (теорія ринку праці, планування, економічна інформатика); Психологія управління підприємством (загальна, соціальна психологія, теорія поведінки, психоаналіз, психологія спілкування, праці); Соціологічні аспекти управління персоналом. Трудове і соціальне право. Політологічні аспекти управління. Конфліктологія, як елемент управління персоналом. Зв'язок науки управління персоналом з науками про працю.

Тема 2. Основні поняття та проблеми науки «Управління персоналом»

Об'єкт та предмет науки «Управління персоналом». Особисті та групові інтереси персоналу. Проблема цілепокладання. Гносеологічні проблеми. Методичні проблеми управління персоналом. Організаційно-економічні проблеми. Практичні підходи до проблем управління персоналом (людськими ресурсами). Аксиоми управління підприємством. Принципи, покладені в основу ефективного управління персоналом. Загальні принципи управління персоналом. Часткові принципи управління персоналом.

Тема 3. Концепції управління персоналом

Людина як ресурс виробничої системи (трудової, людської). Людина як особистість з певними потребами, мотивами, цінностями. Економічна та соціальна підсистеми. Класифікація концепцій управління персоналом. Управління

трудовими ресурсами. Управління людськими ресурсами. Управління персоналом. Соціальний менеджмент. Концепції управління підприємством. Підходи до управління людиною на підприємстві.

Тема 4. Цілі та завдання управління персоналом

Завдання управління персоналом. Розробка і реалізація кадрової політики. Розробка штатного розпису відповідно до стратегії підприємства. Розробка професійно-кваліфікаційних вимог. Забезпечення робочих місць фахівцями, підбір і відбір персоналу. Аналіз і координація міжособистісних взаємин, запобігання соціальним конфліктам, небажаним стресам. Формування резерву персоналу, лізинг персоналу, прогнозування розвитку персоналу, планування ділової кар'єри, аналіз потреби в персоналі. Управління зайнятістю. Професійна адаптація персоналу. Регулювання трудових відносин, вимог психофізіології, етики, естетики, економіки праці

Тема 5. Основні поняття, що характеризують персонал

Об'єкт управління. Персонал, групи людей, окремі особистості, особистості і спільноти (формальні та неформальні групи, професійно-кваліфікаційні та соціальні групи, колективи, підприємство в цілому). Поняття «кадри», «працівники», «персонал». Трудові ресурси, робоча сила, трудовий колектив, людські ресурси, трудовий потенціал- основні поняття, характеризуючи персонал. Співвідношення термінів, що характеризують персонал.

Тема 6. Структура персоналу

Структура персоналу. Типи структур персоналу. Організаційна структура персоналу. Склад персоналу підприємства. Склад виробничого персоналу. Управлінський персонал. Класифікація персоналу на лінійних та функціональних керівників. Склад адміністрації підприємства. Функціональна структура персоналу. Матриця розподілу функцій між підрозділами підприємства. Штатна структура персоналу. Соціальна структура персоналу. Рольова структура персоналу.

Тема 7. Професійно-кваліфікаційний рівень персоналу

Поняття «професія», «спеціальність (спеціалізація)», «кваліфікація». Показники, що характеризують кваліфікацію персоналу. Коефіцієнт кваліфікації працівників (ККВ). Коефіцієнт використання кваліфікації працівників (КВИК.КВ). Коефіцієнт спеціалізації працівників. Коефіцієнт стажу роботи у підприємстві. Показник кількісного складу управлінських працівників. Показник якості розташування управлінських кадрів за посадами.

Тема 8. Визначення та оцінка компетенцій працівників підприємства

Базові поняття компетентнісного підходу до оцінки працівників. Два варіанти співвідношення понять «компетенції» та «компетентності». «Компетенція посади».

«Компетенції працівника». Співвідношення понять компетенції персоналу, працівника та посади. Складові елементи «компетенції працівника» підприємства. Основні елементи компетенції працівника.

Тема 9. Принципи та методи побудови системи управління персоналом

Принципи побудови системи управління персоналом. Принципи, що характеризують вимоги до формування системи управління персоналом. Принципи, що визначають напрямки розвитку системи управління персоналом. Методи побудови системи управління персоналом.

Тема 10. Організаційна структура системи управління персоналом

Організаційна структура системи управління персоналом, основні поняття. Варіанти структурного розташування служби управління персоналом. Схема оргструктури системи управління персоналом, орієнтованої на обслуговування функціональних сфер підприємства. Схема оргструктури системи управління персоналом при продуктивній структурі. Схема оргструктури системи управління персоналом за принципом подвійної відповідальності.

Тема 11. Склад та структура системи управління персоналом

Структура комплексної системи управління персоналом підприємства. Властивості системи управління персоналом. Підходи до формування системи управління персоналом. Модель системи управління персоналом. Недоліки системи управління персоналом.

Тема 12. Формування стратегії управління персоналом підприємства

Стратегія, як генеральний напрям розвитку підприємства. схема формування стратегії УП. Класифікація стратегій управління підприємством. Класифікаційні ознаки стратегій управління персоналом. Стратегія інновацій. Стратегія підвищення якості. Стратегія зниження витрат. Стратегія управління персоналом в залежності від типу трудового колективу. Типи стратегії бізнесу (куб видів загальних стратегій).

Рекомендовані джерела інформації

1. Шубалий. О. М. Управління персоналом : підручник. Луцьк, 2018. 404 с.
2. Дяків О. П., Островерхов В. М. Управління персоналом : навчально-методичний посібник (видання друге, перероблено і доповнено). Тернопіль, 2018. 288 с.

2.3. Правове регулювання в туристичній діяльності

Тема 1. Загальні положення туристичної діяльності

Туристична діяльність як об'єкт правового регулювання. Вимоги до впровадження туристичної діяльності в Україні. Понятійний апарат у сфері

туризму за законодавством України. Суб'єкти туристичних правовідносин: поняття, склад та правовий статус, правові принципи і юридичні гарантії. Правосуб'єктність та юридична відповідальність. Концепція системи правового регулювання туризму в Україні. Конституція України як правова основа розвитку туризму. Законодавство України про туризм, спеціальне законодавство в сфері туризму. Міжнародно-правові акти в сфері туризму. Сутність організаційно-правового регулювання туристичної діяльності.

Тема 2. Державна політика та державне регулювання в галузі туризму
Ліцензування туристичної діяльності. Органи ліцензування тур операторської діяльності. Державні програми в галузі туристичній діяльності. Підтримка розвитку туризму з боку державних органів.

Нормативно-правове регулювання безпеки туризму. Міжгалузєва програма забезпечення захисту та безпеки туристів. Вимоги до дотримання правил безпеки під час здійснення туристичної діяльності. Види ризику у сфері туризму: правові заходи запобігання. Фінансові гарантії відповідальності туроператорів та турагентів як запобіжний захід фінансової безпеки. Захист інтересів українських туристів за межами України.

Сертифікація та стандартизація в туризмі. Обов'язкова та добровільна сертифікація. Категоризація об'єктів туристичної діяльності. Міжнародні системи класифікації готелів та інших об'єктів, які надають послуги із розміщення туристів.

Тема 3. Правове регулювання організації та здійснення туристичної діяльності

Дослідження ринкових форм і механізмів інвестиційної діяльності на мікро- і макрорівнях. теоретичне обґрунтування критеріїв ефективності інвестиційних витрат, взаємозв'язку і взаємозумовленості капітальних вкладень і структурних зрушень в економіці. Визначення пріоритетів у галузевій структурі інвестицій, а також усередині основних народногосподарських сфер: основного виробництва (власне виробництва), виробничої і соціальної інфраструктур. дослідження джерел і засобів формування інвестиційних ресурсів у сучасних умовах перехідної економіки в Україні.

Тема 4. Контроль за діяльністю в галузі туризму

Механізм державного контролю в сфері туризму. Загальні правила здійснення контролю в галузі туризму. Органи контролю за діяльністю суб'єктів господарювання в сфері туристичної діяльності. Контроль за дотриманням ліцензійних умов провадження туроператорської діяльності.

Податкові перевірки суб'єктів туристичної діяльності. Перевірки фондів державного соціального страхування. Перевірки інспекції праці. Перевірки суб'єктів туристичної діяльності державними органами у сфері захисту прав споживачів.

Тема 5. Відповідальність за порушення законодавства України про туризм

Види порушень законодавства України в галузі туризму: загальні положення.

Види юридичної відповідальності за порушення у сфері туризму. Адміністративні правопорушення та відповідальність за їх вчинення. Цивільно-правова відповідальність: загальні положення. Правові наслідки порушення зобов'язань. Забезпечення виконання зобов'язань. Дисциплінарна відповідальність в сфері туристичної діяльності. Господарсько-правова відповідальність. Кримінальна відповідальність у сфері туризму.

Тема 6. Міжнародне співробітництво в галузі туризму

Правові основи євроінтеграційних процесів України та адаптація законодавства до норм Європейського Союзу. Гармонізація законодавства України про туризм з нормами ЄС. Угода про партнерство та співробітництво між Україною та ЄС та їх державами-членами. Основні напрями співпраці України з іноземними державами в галузі туризму. Міжнародні договори та угоди в галузі туризму.

Участь у міжнародних наукових чи науково-практичних конференціях та семінарах, підготовка кадрів для працевлаштування в галузі туризму на території інших держав.

Рекомендовані джерела інформації

1. Брусильцева Г. М., Зима О. Г. Правове регулювання туристичної діяльності : навчальний посібник. Харків, 2019. 214 с.
2. Писаревський І. М., Погасій С. О., Покоłodна М. М. Організація туризму : підручник. Харків, 2008. 541 с.

2.4. Технологія і організація туристичного обслуговування

Тема 1. Сутність поняття технологія туристичного обслуговування

Учасники технологічних процесів у туристській діяльності. Класифікація та функції туроператорів і тур агентів. Нормативнозаконодавча база провадження туроператорської та турагентської діяльності.

Туристське споживання за часом та місцем здійснення, інші види туристського споживання, туристські витрати (головні і другорядні туристські витрати), специфічні туристські товари, неспецифічні для туризму товари та послуги, характерні туристські товари та послуги, супутні туристські товари та послуги.

Тема 2. Класифікація туристських послуг

Послуги розміщення, громадське харчування та продаж напоїв. Послуги пасажирського транспорту (залізничного, автомобільного, іншого сухопутного, водного, повітряного), послуги допоміжної пасажирської транспортної служби, оренда пасажирських транспортних засобів, технічне обслуговування та ремонт пасажирських транспортних засобів; Послуги турагентств, туроператорів, туристських гідів. Послуги в сфері культури, сценічне мистецтво, послуги музеїв та інші культурні послуги. Рекреація, спорт та інші види дозвілля, санаторно-курортні послуги. Інші туристські послуги, фінансові та страхові послуги, види оренди.

Тема 3. Програмний туроперейтинг

Програмний туризм, програмний туроперейтинг, фактори туристичного програмування, контроль якості, оптимізація програми, психологічна підготовка, класи туристського обслуговування, турпакет, інклюзив-тур.

Тема 4. Якість обслуговування і засоби її контролю

Поняття якість продукції і якість послуги, стандартизація якості туристичних послуг, основні підходи до визначення якості роботи туроператора: агентський (підприємницький) і туристський (споживчий), керівні принципи контролю і оцінки якості туристських послуг:

Рекомендовані джерела інформації

1. Герасименко В. Г., Галасюк С. С. Організація надання туристичних послуг : навчальний посібник. Одеса, 2014. 242 с.
2. Баєв В. В. Основи туроперейтингу : навчальний посібник. Київ, 2016. 156 с.

3. ПРОГРАМА ПІДГОТОВКИ ДО КВАЛІФІКАЦІЙНОГО ЕКЗАМЕНУ

№	Навчальна дисципліна	Зміст навчальної роботи, її види та норми часу			
		Консультації		Самостійна робота студента	
		зміст	Кількість годин	Зміст	Кількість годин / кредитів
1	Маркетинг послуг	Відповіді на запитання здобувачів	0,5	1. Опрацювання джерел інформації [1-2] 2. Тестування на Порталі	25
2	Управління персоналом		0,5	1. Опрацювання джерел інформації [1-2] 2. Тестування на Порталі	25
3	Правове регулювання в туристичній діяльності		0,5	1. Опрацювання джерел інформації [1-2] 2. Тестування на Порталі	20
4	Технологія і організація туристичного обслуговування		0,5	1. Опрацювання джерел інформації [1-2] 2. Тестування на Порталі	20
		Всього	4		90 / 3

4. ПОРЯДОК ПРОВЕДЕННЯ КВАЛІФІКАЦІЙНОГО ЕКЗАМЕНУ ТА КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ

Військовий стан в Україні унеможливив збереження усталеного порядку та форм атестації. Тому адміністрацією коледжу спільно з гарантами освітніх програм було прийнято рішення щодо проведення кваліфікаційного екзамену виключно у тестовій формі.

Виконання тестів проходить на Порталі навчальних ресурсів ВСП «ХТЕФК ДТЕУ» із дотримання вимог Порядку проведення атестації здобувачів освіти з використанням технологій дистанційного навчання.

На атестацію рандомно вноситься 40 тестів, час для відповіді – 40 хвилин. Банк тестів – 400 запитань (по 100 з кожної навчальної дисципліни); всі тести мають закриту форму з однією вірною відповіддю.

Оцінювання проводиться за наступним критерієм: вірна відповідь – 2,5 бали, невірна відповідь – 0 балів.

Результати атестації інтерпретуються відповідно до критеріїв таблиці.

Шкала оцінювання ВСП «ХТЕФК ДТЕУ», бали	Оцінка за шкалою ECTS
90-100	A
82-89	B
75-81	C
69-74	D
60-68	E
35-59	FX
1-34	F

5. БАНК ТЕСТОВИХ ЗАВДАНЬ

5.1. Маркетинг послуг

5.1.1. Послуга-це:

А. результат корисної діяльності, що має ряд характерних особливостей, який не є товаром

В. результат корисної діяльності, який не є товаром і має мінову і корисну вартість

С. товар, що продається не як діяльність, а як результат виробництва

Д. одночасність виробництва і споживання

5.1.2. Сфера послуг потребує державного регулювання з причин:

А. скорочення державного фінансування

В. відсутності гарантованих стандартів якості послуг

С. переважного врахування послуг в складі ВВП країни

Д. одночасність виробництва і споживання

5.1.3. Головними факторами зміцнення конкурентних переваг сервісного підприємства є:

А. інформаційні системи компанії

В. своєчасність доставки відправлень

С. висококваліфікований персонал

Д. вдале розташування

5.1.4. Послуга невідчутна, якщо:

А. споживання не може бути відкладено

В. вона є дією або зусиллям

С. відсутнє володіння

Д. одночасність виробництва і споживання

5.1.5. Невіддільність послуги виявляється, якщо є:

А. одночасність виробництва і споживання

В. складність стандартизації

С. необхідність відчутних підказок

Д. вона є дією або зусиллям

5.1.6. Мінливість –це:

А. необхідність використання надійного обладнання

В. необхідність розробки системи оцінки якості

С. залучення клієнтів до процесу обслуговування

Д. вона є дією або зусиллям

5.1.7. Незбереження –це:

А. важливість добору, підготовки та заохочення персоналу

В. важливість ролі постачальника послуг

С. необхідність забезпечення відповідності попиту і пропозиції.

Д. залучення клієнтів до процесу обслуговування

5.1.8. *Прогнозування збуту послуги відбувається за рахунок:*

- A. збільшення терміну очікування послуги
- B. скорочення тривалості надання послуги
- C. розробки стратегії ціноутворення
- D. залучення клієнтів до процесу обслуговування

5.1.9. *Специфіка маркетингу послуг:*

- A. зростає конкуренція, зростає кількість видів послуг
- B. процес здійснення продажу послуг не відіграє суттєвого значення
- C. передбачається поєднання трьох складових комплекс маркетингу: персоналу, оточення, продажу
- D. залучення клієнтів до процесу обслуговування

5.1.10. *Узгодження попиту і пропозиції можна досягти завдяки:*

- A. розробці фірмового стилю організації
- B. скорочення чисельності персоналу
- C. використанню диференційованих цін
- D. залучення клієнтів до процесу обслуговування

5.1.11. *Структура ринку послуг:*

- A. оптимальний
- B. потенціальний
- C. доступний
- D. реальний

5.1.12. *Ознаки сегментування:*

- A. гендерна
- B. демографічна
- C. правова
- D. потенційна

5.1.13. *Попит на послуги буває:*

- A. потенційний
- B. диференційований
- C. бажаний
- D. правовий

5.1.14. *Типи послуг:*

- A. ділові
- B. нематеріальні
- C. матеріальні
- D. соціальні

5.1.15. *Основні класи послуг:*

- A. соціальний
- B. невідчутні дії, спрямовані на тіло людини
- C. невідчутні дії, спрямовані на доходи людини
- D. залучення клієнтів до процесу обслуговування

5.1.16. Швидкий розвиток і розширення ринку послуг у світі викликані цілою низкою факторів:

- A. світовим поділом праці
- B. зростанням конкуренції
- C. глобалізацією бізнесу
- D. залучення клієнтів

5.1.17. Рівні регулювання міжнародного ринку послуг:

- A. національний
- B. однобічний
- C. багатосторонній
- D. режим гласності

5.1.18. До загальних правил торгівлі послугами належать:

- A. митно-тарифні
- B. режим гласності
- C. системність
- D. національні інтереси

5.1.19. Існують типи розселення:

- A. компактне
- B. комплексне
- C. дисперсне
- D. вибіркове

5.1.20. В умовах компактного ринку сфера послуг:

- A. має чітку просторову визначеність
- C. не має чіткої просторової визначеності
- D. товарний ряд розроблюється на основі так званих «виїзних послуг», які надаються споживачеві у певні періоди часу

5.1.21. На дисперсному ринку:

- A. номенклатура послуг обмежена
- B. надання послуг здійснюється стаціонарними підприємствами послуг
- C. найбільш раціонально використовувати локальні комунікативно-інформаційні мережі
- D. режим гласності

5.1.22. Найбільш поширені на ринку послуг такі ризики:

- A. фізичний
- B. інноваційний
- C. виконавчий
- D. інтерактивний

5.1.23. При виборі стратегії охоплення ринку праці враховують фактори:

- A. природні
- B. ступінь однорідності послуг
- C. ступінь однорідності ринку

D. режим гласності суспільства

5.1.24. Позиціонування послуг може бути використане шляхом:

A. визначення позиції стосовно конкурентів

B. визначення позицій стосовно партнерів

C. виведення на ринок нових послуг

D. скорочення чисельності персоналу

5.1.25. Позицію виробника на ринку послуг визначає багато факторів:

A. характерні властивості або особливості послуг

B. досвід і кваліфікація персоналу

C. реклама

D. репутація

5.1.26. Переваги послуги повинні забезпечувати клієнту такі найбільш високі критерії обслуговування:

A. низьку ціну

B. ненадійність

C. компетентність

D. незручність

5.1.27. Життєвий цикл послуги:

A. значно нижчий за життєвий цикл товару

B. значно перевищує життєвий цикл товару

C. приблизно дорівнює життєвому циклу товару

D. дорівнює нулю

5.1.28. Особливості товарної політики у сфері послуг:

A. ширше асортимент

B. інший життєвий цикл

C. нові ідеї послуг формуються під впливом уявлення виробників послуг

D. вища собівартість

5.1.29. Асортиментні групи послуг:

A. головна

B. оптимальна

C. стратегічна

D. тактична

5.1.30. Процес розробки нової послуги складається з:

A. розгляду ідеї вже існуючої послуги

B. визначення факторів впливу

C. визначення вимог споживачів

D. скорочення чисельності персоналу

5.1.31. Бенчмакінг - це:

A. моніторинг власних послуг

B. моніторинг послуг конкурентів

C. аналіз потреб споживачів.

D. скорочення чисельності персоналу

5.1.32. *Мінімальна ціна для виробника послуг – це та ціна:*

- A. яку згодні платити споживачі
- B. яку приймає ринок
- C. яка дорівнює витратам на виробництво послуг
- D. яка вигідна для посередника

5.1.33. *Виробник послуг визначає оптимальний рівень ціни на послуги, беручи до уваги такі чинники:*

- A. життєвий цикл послуги
- B. методи ціноутворення
- C. ціни послуг конкурентів
- D. власні фінансові можливості

5.1.34. *Промування послуг –це:*

- A. збільшення обсягів продажу
- B. рекламування
- C. виживання
- D. удосконалення

5.1.35. *Під час вибору розташування сервісного підприємства необхідно враховувати:*

- A. особливості конкурентів
- B. якість послуг
- C. зручність проїзду
- D. вартість послуг

5.1.36. *Існують наступні види планів маркетингу у сфері послуг:*

- A. план змін у часі
- B. повний
- C. частковий
- D. тематичний

5.1.37. *Показники виконання послуги отримують на підставі оцінки:*

- A. якості
- B. з боку конкурентів
- C. з боку постачальників
- D. з боку споживача

5.1.38. *До активних методів дослідження ринку послуг належать:*

- A. анкетування
- B. групові дискусії та фокус-групи
- C. обробка і аналіз статистичної інформації
- D. розширені інтерв'ю з окремими спеціалістами

5.1.39. *До пасивних методів дослідження ринку послуг належать:*

- A. статистична обробка інформації підприємства, що надає послуги
- B. статистична обробка зовнішньої інформації
- C. незалежні спостереження
- D. перевірки місць приймання замовлень (надання послуг)

5.1.40. На основі якої інформації здійснюється порівняння профілю поточної діяльності підприємства сфери послуг з профілем вимог ринку (конкурентне профілювання)?

- A. результати опитувань споживачів послуг
- B. результати виставок і ярмарок
- C. експертна інформація
- D. інформація про обсяги і структуру реалізації послуг у наступному періоді

5.1.41. Для прогнозування попиту населення на платні послуги (у тому числі міського і сільського населення) необхідно використовувати таку інформацію:

- A. обсяги роздрібного товарообороту і реалізації платних послуг в Україні
- B. частка платних послуг у загальному обсязі реалізованого попиту міського та сільського населення
- C. динаміка і структура платних послуг за номенклатурою статистичної звітності
- D. результати перевірок місць приймання замовлень (надання послуг)

5.1.42. Відзначте правильну послідовність стадій життєвого циклу послуги:

- A. запровадження — зростання — зрілість — занепад
- B. запровадження — зростання — занепад — зрілість
- C. зростання — запровадження — зрілість — занепад
- D. занепад — зростання — зрілість — запровадження

5.1.43. Який тип стратегії використовують для послуг з категорії «Важкі діти»?

- A. збільшення частки ринку
- B. утримання частки ринку
- C. одержання прибутків
- D. вихід з ринку

5.1.44. Який тип стратегії використовують для послуг з категорії «Зірки»?

- A. збільшення частки ринку
- B. утримання частки ринку
- C. одержання прибутків
- D. вихід з ринку

5.1.45. Відзначте тип стратегії, що використовується для послуг з категорії «Дійні корови»:

- A. збільшення частки ринку
- B. утримання частки ринку
- C. одержання прибутків
- D. вихід з ринку

5.1.46. Відзначте тип стратегії, що використовується для послуг з категорії «Собаки»:

- A. збільшення частки ринку
- B. утримання частки ринку
- C. одержання прибутків
- D. вихід з ринку

5.1.47. *Заходами з реалізації маркетингової стратегії для послуг з категорії «Важкі діти» є:*

- A. максимальне збільшення ринкової ціни
- B. вдосконалення додаткових послуг, їх якості або характеристик, важливих для споживача
- C. зосередження уваги на привабливих сегментах ринку
- D. встановлення престижної ціни

5.1.48. *Утримувати частку ринку для послуг з категорії «Зірки» можна таким чином:*

- A. інтенсивне вдосконалювати послугу
- B. постійно поліпшувати обслуговування споживачів
- C. підвищити ціни до максимального рівня
- D. зменшити ціну нижче ринкової

5.1.49. *Стратегічними варіантами щодо від'ємного прямого валового прибутку (маржі на покриття витрат) є:*

- A. припинення надання послуги
- B. підвищення ціни (тарифу)
- C. підвищення якості послуги
- D. зменшення витрат або якості послуги

5.1.50. *Підприємство має формувати оптимальний асортимент своїх послуг за такими критеріями:*

- A. у цих послугах зосереджено те, що підприємство робить краще за всіх
- B. ці послуги є основною спеціалізацією підприємства
- C. вони реалізуються на привабливих ринках
- D. виручка з реалізації послуг покриє змінні витрати, забезпечить достатню маржу на відшкодування накладних витрат і високий прибуток

5.1.51. *До основних бренд-стратегій підприємства, що надає послуги, належать:*

- A. розширення асортиментної лінії послуг, розширення бренду, створення мільтибрендів, створення нових брендів
- B. розширення асортиментної лінії, створення мільтибрендів, створення нових брендів
- C. розширення бренду, створення мультібрендів, створення нових брендів.
- D. скорочення чисельності персоналу

5.1.52. *Розширення асортиментної лінії послуг і розширення бренду — це бренд-стратегії щодо:*

- A. існуючого виду послуг, які підприємство вже надає

- В. нового виду послуг, які підприємство запроваджує
- С. існуючого та нового видів послуг.
- Д. пошук шляхів розширення номенклатури послуг

5.1.53. Створення мультибрендів і створення нових брендів — це бренд-стратегії щодо:

- А. існуючого виду послуг, які підприємство вже надає
- В. нового виду послуг, які підприємство запроваджує
- С. існуючого та нового видів послуг
- Д. пошук шляхів розширення номенклатури послуг

5.1.54. У чому полягає ризик бренд-стратегії «розширення асортиментної лінії послуг»?

- А. можлива втрата індивідуальності бренду або падіння обсягів реалізації інших послуг
- В. у разі невдачі можуть постраждати також інші послуги підприємства
- С. фрагментація частки підприємства на ринку, що забере значну частину коштів, які виділяються на маркетинг
- Д. необхідність значних коштів, зусиль і часу

5.1.55. У чому полягає ризик бренд-стратегії «розширення бренду»?

- А. можлива втрата індивідуальності бренду або падіння обсягів реалізації інших послуг
- В. у разі невдачі можуть постраждати також інші послуги підприємства
- С. фрагментація частки підприємства на ринку, що забере значну частину коштів, які виділяються на маркетинг
- Д. необхідність значних коштів, зусиль і часу

5.1.56. У чому полягає ризик бренд-стратегії «створення мультибрендів»?

- А. можлива втрата індивідуальності бренду або падіння обсягів реалізації інших послуг
- В. у разі невдачі можуть постраждати також інші послуги підприємства
- С. фрагментація частки підприємства на ринку, що забере значну частину коштів, які виділяються на маркетинг
- Д. необхідність значних коштів, зусиль і часу

5.1.57. У чому полягає ризик бренд-стратегії «створення нових брендів»?

- А. можлива втрата індивідуальності бренду або падіння обсягів реалізації інших послуг
- В. у разі невдачі можуть постраждати також інші послуги підприємства
- С. фрагментація частки підприємства на ринку, що забере значну частину коштів, які виділяються на маркетинг
- Д. необхідність значних коштів, зусиль і часу

5.1.58. Особливості світового ринку послуг:

- А. системність розвитку

- В. комплексність
- С. низька швидкість обороту капіталу
- Д. постійне зростання асортименту послуг

5.1.59. Особливості розвитку сфери послуг в сучасних умовах полягають у наступному:

А. міжнародна торгівля послуг не є винятково прерогативою промислово розвинених країн

В. спеціалізація країни на тих чи інших видах послуг залежить від рівня економічного розвитку

С. зростання частки сфери послуг пов'язане із деіндустріалізацією національних господарств у так звану «економіку послуг»

Д. розвиток торгівлі послугами сприяє наданню супутніх послуг

5.1.60. Наявність ресурсів однакового рівня для розвитку сфери послуг в декількох країнах:

А. зумовлює їх рівність як конкурентів

В. не зумовлює їх рівності як конкурентів

С. приводить до появи на міжнародній арені все більшої кількості конкурентів.

Д. зменшує кількість конкурентів

5.1.61. Особливості конкуренції у сфери послуг:

А. різні країни значно відрізняються за характером національних конкурентних переваг в галузях послуг

В. для більшості галузей сфери послуг ефект від укрупнення масштабів підприємств є невеликим

С. велика кількість організацій сфери послуг повільно консолідується

Д. багато організацій надає послуги там, де знаходиться покупець

5.1.62. В розробку пропозиції нової послуги потрібно включати компонент:

А. базову послугу

В. обробку звернень працівників фірми до керівництва фірми

С. базовий процес постачання

Д. послуги реалізації консультаційних можливостей

Е. технічне консультування.

5.1.63. Полегшуючий додатковий сервіс (полегшуючі послуги) містить:

А. прийом замовлення

В. гостинність

С. винятки

Д. складання рахунків

5.1.64. Які Ви знаєте додаткові послуги, що можуть максимізувати вартість для клієнтів:

А. оплата

В. збереженість

C. консультування

D. інформація

5.1.65. Існує такий важливий аспект комунікативної діяльності у сфері послуг:

A. соціально-психологічний

B. консультаційний

C. випадковий

D. політичний

5.1.66. Загальна комунікаційна модель підприємства послуг містить:

A. комунікатор

B. спілкування

C. носій звернення

D. приймач.

5.1.67. До заходів прямого державного регулювання цін відносяться:

A. регламентація методів обліку витрат виробництва як бази ціноутворення

B. встановлення податкових пільг, що приводить до зниження собівартості виробництва

C. субсидування виробників окремих товарів

D. регулювання цін на сировину, матеріали з метою недопущення необґрунтованого зростання витрат

5.1.68. До заходів побічного регулювання цін відносяться:

A. жорстка фіксація цін на певному рівні

B. встановлення діапазону зміни ціни

C. регулювання цін на сировину, матеріали з метою недопущення необґрунтованого зростання витрат

D. регламентація методів обліку витрат виробництва як бази ціноутворення

5.1.69. До методів визначення цін на основі витрат відносяться:

A. норма прибутку на інвестиції

B. метод цінових ліній

C. встановлення престижних цін

D. встановлення не округлених цін

5.1.70. До методів визначення цін на основі попиту відносяться:

A. норма прибутку на інвестиції

B. метод цінових ліній

C. встановлення престижних цін

D. собівартість плюс прибуток

5.1.71. Встановлення цін виходячи з того, що покупець сприймає високі ціни як ознаку високої якості товару це:

A. престижні ціни

B. не округлені ціни

C. пластичні ціни

D. зональні ціни

5.1.72. Цінова стратегія „зняття вершків” це:

A. встановлення нижчої ціни, ніж на аналогічні товари на ринку

B. встановлення високої ціни від початку просування на ринок нового або вдосконаленого товару

C. встановлення цін на рівні цін конкурентів

D. встановлення цін за географічним принципом

5.1.73. Цінова стратегія проникнення на ринок це:

A. встановлення нижчої ціни, ніж на аналогічні товари на ринку

B. встановлення високої ціни від початку просування на ринок нового або вдосконаленого товару

C. встановлення цін на рівні цін конкурентів

D. встановлення цін за географічним принципом

5.1.74. До маркетингових стратегій ціноутворення в межах товарної номенклатури відносяться:

A. встановлення зональних цін

B. встановлення цін з врахуванням психології споживача

C. встановлення цін на обов'язкові компоненти товару

D. встановлення цін з урахуванням базисних умов поставок

5.1.75. Встановлення цін на побічні продукти виробництва відносяться до цінових стратегій:

A. в межах товарної номенклатури

B. за географічним принципом

C. встановлення цін на нові товари

D. встановлення зональних цін

5.1.76. Систематичний збір, аналіз даних з різноманітних аспектів маркетингової діяльності – це:

A. маркетингові дослідження

B. товарна політика

C. цінова політика

D. маркетингові комунікації

5.1.77. Якщо для товару «А» еластичність попиту по ціні дорівнює 2,5, для товару «Б» 4, для товару «В» 5,2, то збут якого товару буде більш чутливішим до зміни ціни

A. збут товару "А"

B. збут товару "Б"

C. збут товару "А", "Б"

D. збуту товару "В"

5.1.78. Підвищення ефективності збутових операцій відбувається, як правило, за рахунок:

A. кількості посередників

- В. професіоналізму посередницького персоналу
- С. величини торгівельного капіталу
- Д. величини торгівельних площ

5.1.79. Канал збуту - це:

- А. сукупність юридичних осіб - нерезидентів, які виконують посередницькі функції щодо фізичного переміщення товарів і сприяють переданню прав на них
- В. сукупність фізичних осіб, які виконують посередницькі функції щодо фізичного переміщення товарів і сприяють переданню прав на них
- С. сукупність юридичних чи фізичних осіб, які виконують посередницькі функції щодо фізичного переміщення товарів і сприяють переданню прав на них
- Д. сукупність фізичних осіб - нерезидентів, які виконують посередницькі функції щодо фізичного переміщення товарів і сприяють переданню прав на них

5.1.80. Функціональні обов'язки брокера:

- А. виконувати збутові операції від імені і за рахунок довірителя (виробника)
- В. звести споживача з продавцем, взяти участь у переговорах щодо умов поставки товару
- С. організувати продаж товарів через консигнаційні склади
- Д. виконувати збутові операції від свого імені і за свій рахунок

5.1.81. Стимулювання збуту - це:

- А. короточасні спонукальні заходи заохочення споживачів до купівлі
- В. довгострокові спонукальні заходи заохочення споживачів до купівлі
- С. матеріальне заохочення продавців
- Д. моральне стимулювання продавців

5.1.82. Непрямий метод збуту передбачає:

- А. безпосередній продаж товарів виробником
- В. участь торговельних посередників
- С. продаж через власну роздрібну мережу
- Д. усі вище зазначені

5.1.83. Ширину каналу збуту визначає:

- А. кількість незалежних учасників на кожному рівні каналу
- В. кількість посередників, через яких товар проходить на шляху від виробника до споживача
- С. число товаровиробників на кожному рівні каналу
- Д. час проходження товару від виробників до споживачів

5.1.84. Прямий метод збуту найчастіше використовують:

- А. виробники швидколіквідних товарів
- В. виробники продукції промислового призначення
- С. посередники, що прагнуть розширити свої ринки
- Д. виробники продукції споживчого призначення

5.1.85. Стратегія "проштовхування" товару передбачає:

A. інтенсивне стимулювання сфери торгівлі для просування товарів каналами збуту

B. значні витрати на рекламу і стимулювання споживачів для формування у них попиту на товар

C. спонукальні заходи заохочення споживачів до купівлі товару

D. елімінування товару

5.1.86. Багатоканальні маркетингові системи збуту створюють для:

A. забезпечення максимального прибутку товаровиробника

B. об'єднання двох або більше підприємств, які спрямовують зусилля для ефективного використання маркетингових можливостей

C. повнішого охоплення різних ринків

D. розробки нового товару

5.1.87. Стратегія "притягування" споживачів до товару передбачає:

A. значні витрати на рекламу і стимулювання споживачів для формування у них попиту на товар

B. інтенсивне стимулювання сфери торгівлі для просування товару каналами збуту

C. елімінування товару

D. розробку нового дизайну товару

5.1.88. Незалежними називають оптових посередників, які:

A. мають власну збутову мережу

B. перебирають на себе право власності на товар

C. мають консигнаційні склади.

D. мають постійних клієнтів

5.1.89. Канал першого рівня збуту включає:

A. одного посередника (роздрібний торговець)

B. двох посередників (оптовий та роздрібний торговець)

C. виробника, який продає свій товар безпосередньо споживачам

D. декількох посередників

5.1.90. Рівень каналу збуту - це:

A. кількість посередників, через яких товар проходить на шляху від виробника до споживача

B. будь-який посередник, що виконує ту чи іншу роботу щодо просування товару до споживача

C. канал прямого маркетингу

D. інтенсивність проходження товару через канали розподілу

5.1.91. Довжину каналу збуту визначає:

A. кількість посередників, через яких товар проходить на шляху від виробника до споживача

B. будь-який посередник, що виконує ту чи іншу роботу щодо просування товару до споживача

C. кількість виробників, які продають свій товар безпосередньо споживачеві

D. кількість споживачів, які купують товар безпосередньо у виробників

5.1.92. *Вкажіть учасників збуту, які є власниками товарів, що вони продають:*

A. комісіонер

B. консигнатор

C. дилер

D. торговий агент

5.1.93. *Назвіть одну з умов доцільності застосування прямого каналу збуту:*

A. товари є вузькоспеціалізованими, або виготовляються на замовлення споживача

B. зменшення витрат завдяки економії на масштабі, враховуючи великий обсяг виконання певних функцій

C. економія часу і зусиль виробника, пов'язаних з організацією збуту

D. можливість забезпечити оптимальні для роздрібної торгівлі партії товару

5.1.94. *Комплекс маркетингу включає:*

A. Сегментацію, купівельну поведінку, рекламу, торговельну марку.

B. Ринок, покупця, продавця, посередника.

C. Товар, цінову політику, розподіл, комунікації.

D. Маркетингові дослідження

5.1.95. *Систематичний збір, аналіз даних з різноманітних аспектів маркетингової діяльності – це:*

A. маркетингові дослідження

B. товарна політика

C. цінова політика

D. маркетингові комунікації

5.1.96. *Комплекс маркетингу включає:*

A. товар, дослідження ринку, ціноутворення, маркетингові комунікації

B. товар, ціноутворення, товарорух, маркетингові комунікації

C. дослідження ринку, ціноутворення, товарорух, маркетингові комунікації

D. дослідження ринку, ціноутворення, товарорух, товарну політику

5.1.97. *Маркетинговий відділ універмагу "Україна" розробляє комунікаційну програму, останнім етапом у плануванні якої є:*

A. Визначення критеріїв оцінки та економічної ефективності комунікативної програми.

B. Розрахунок бюджету комунікаційної програми.

C. Планування медіа-плану.

D. Розробка комунікаційних звернень

5.1.98. Розробляючи комплекс маркетингових комунікацій, підприємство запланувало проведення конкурсу і використання купонів, які застосовуються під час:

- A. Пропаганди.
- B. Стимулювання збуту
- C. Реклами.
- D. Персонального продажу

5.1.99. Розробляючи комплекс маркетингових комунікацій, підприємство запланувало проведення конкурсу і використання купонів, які застосовуються під час:

- A. Пропаганди
- B. Стимулювання збуту
- C. Реклами
- D. Персонального продажу

5.1.100. Комунікаційна політика - це:

A. діяльність фірми щодо планування, реалізації і контролю руху товарів від виробника до споживача з метою задоволення потреб споживача та отримання фірмою прибутку

B. перспективний курс дій фірми, спрямований на забезпечення взаємодії з усіма суб'єктами маркетингової системи з метою задоволення потреб споживачів і отримання прибутку

C. комплекс заходів щодо визначення цін, цінової стратегії і тактики, умов оплати, варіювання цінами залежно від позиції на ринку, стратегічних і тактичних цілей фірми

D. кількість виробників, які продають свій товар безпосередньо споживачеві

5.2. Управління персоналом

5.2.1. Яке з наведених визначень характеризує поняття «персонал»?

A. Сукупність усіх працівників організації, які приймають участь у здійсненні господарської діяльності підприємства

B. Сукупність робітників, які реально існують як спільність у певному просторі і часі

C. Керівники та службовці, які виконують функції де переважає розумова праця

D. Об'єднання громадян для спільної діяльності за соціальними чи соціально-психологічними характеристиками

5.2.2. Здатність людини до праці, сукупність її фізичних, інтелектуальних здібностей, набутих знань і досвіду, які використовуються в процесі виробництва товарів та послуг, характеризує категорію:

- A. Персонал

- В. Робоча сила
- С. Формальна група
- Д. Соціальна група

5.2.3. *В історичному розвитку управління персоналом можна виділити послідовну зміну наступних сучасних концепцій:*

- А. Управління трудовими ресурсами, управління персоналом, управління людськими ресурсами, управління людиною
- В. Управління персоналом, управління кадрами, управління людиною
- С. Менеджмент персоналу, управління трудовими ресурсами, управління людськими ресурсами, управління людиною
- Д. Управління кадрами, управління персоналом

5.2.4. *Визначення: «Людина розглядається як неповторний елемент соціальної організації в єдності трьох компонентів: трудової функції, соціальних відносин, стану працівник» належить до концепції:*

- А. Управління кадровим потенціалом
- В. Управління персоналом
- С. Управління людськими ресурсами
- Д. Усі відповіді правильні

5.2.5. *Виконання традиційних функцій кадрових служб та підготовка кадрів притаманні:*

- А. Класичному підходу «управління персоналом»
- В. Концепції «управління людськими ресурсами»
- С. Сучасному підходу під назвою «управління людиною»
- Д. Бюрократичному підходу «управління трудовими ресурсами»

5.2.6. *Професіоналізація сфери управління персоналом та орієнтація на цілі організації належать до:*

- А. Бюрократичного підходу «управління трудовими ресурсами»
- В. Концепції «управління людськими ресурсами»
- С. Класичного підходу «управління персоналом»
- Д. Правильної відповіді немає

5.2.7. *На які групи за участю в процесі виробництва поділяється персонал?*

- А. Виробничий персонал - робітників та управлінський - службовців
- В. Керівників та спеціалістів
- С. Керівників, службовців та допоміжний персонал
- Д. Основний персонал - спеціалістів та допоміжний - робітників

5.2.8. *До основних категорій персоналу підприємства належать:*

- А. Службовці, основні робітники, керівники
- В. Керівники, спеціалісти, службовці
- С. Робітники, спеціалісти, керівники
- Д. Інженери, спеціалісти, допоміжні робітники

5.2.9. *Поняття «кадри» означає:*

- A. Постійний штатний склад працівників
- B. Працівники апарату управління
- C. Оперативний персонал підприємства
- D. Працівники підприємства високої кваліфікації

5.2.10. *Що характеризує визначення: «Сукупність та єдність методів, процедур, прийомів впливу на працівників з метою використання їх потенціалу у досягненні цілей організації»?*

- A. Функції управління персоналом
- B. Процеси управління персоналом
- C. Ключові компетенції керівного складу працівників підприємства
- D. Правильної відповіді немає

5.2.11. *Сукупність прав і обов'язків працівника, що визначається його трудовими функціями і межами компетентності, - це:*

- A. Спеціальність
- B. Професія
- C. Посада
- D. Кваліфікація

5.2.12. *Предметом курсу «Управління персоналом» є:*

- A. Організація ефективності виробництва
- B. Вивчення відносин між працівниками в процесі виробництва
- C. Планування умов праці персоналу підприємства
- D. Координація роботи працівників організації

5.2.13. *Кваліфіковані працівники, які пройшли попередню підготовку, мають спеціальну освіту, трудові навички і (або) досвід роботи, - це:*

- A. Керівники підприємства
- B. Весь персонал підприємства
- C. Кадри підприємства
- D. Управлінський персонал

5.2.14. *Виберіть правильний варіант відповіді: «Що розуміється під частиною населення, що має необхідний фізичний розвиток, здоров'я, освіту, культуру, здібності, кваліфікацію, професійні знання для роботи у сфері суспільно-корисної діяльності?»*

- A. Робоча сила
- B. Трудові ресурси
- C. Людський фактор
- D. Персонал

5.2.15. *Що характеризує соціальна структура персоналу?*

- A. Сукупність груп, класифікованих за соціальними ознаками (вік, освіта, сімейний стан)
- B. Кількісно-професійний склад персоналу, розміри оплати праці та фонд заробітної плати працівників
- C. Склад і розподіл творчих, комунікативних і поведінкових ролей між

окремими працівниками

D. Класифікацію працівників залежно від виконуваних функцій

5.2.16. Який перелік визначає штатну структуру персоналу?

A. Кількісно-професійний склад персоналу, розміри оплати праці і фонд заробітної плати працівників

B. Склад і розподіл творчих, комунікативних і поведінкових ролей між окремими працівниками

C. Класифікацію працівників залежно від виконуваних функцій

D. Сукупність груп, класифікованих за соціальними ознаками (вік, освіта, сімейний стан)

5.2.17. Що визначає рольова структура персоналу?

A. Склад і розподіл творчих, комунікативних і поведінкових ролей між окремими працівниками

B. Кількісно-професійний склад персоналу, розміри оплати праці та фонд заробітної плати працівників

C. Класифікацію працівників залежно від виконуваних функцій

D. Сукупність груп, класифікованих за соціальними ознаками (вік, освіта, сімейний стан)

5.2.18. З чим пов'язаний зміст посадових обов'язків на підприємстві?

A. З обсягами діяльності підприємства

B. З посадовими інструкціями

C. Із знанням виконавця

D. З повноваженнями, обов'язками, відповідальністю

5.2.19. Якими є повноваження менеджера з персоналу в організації щодо надання консультації лінійним керівникам?

A. Функціональними рекомендаційними

B. Неформальними

C. Функціональними паралельними

D. Обов'язковими формальними

5.2.20. Вихідними даними для складання штатного розкладу є:

A. Фонд заробітної плати, чисельність управлінського персоналу, посадові оклади

B. Планові обсяги виробництва, планова рентабельність

C. Схема організаційної структури управління, фонд заробітної плати

D. Планові обсяги виробництва, чисельність управлінського персоналу

5.2.21. Професія - це:

A. Теоретичні та практичні знання певної роботи

B. Певний вид трудової діяльності на підприємстві

C. Рівень спеціальних знань певної роботи

D. Рівень практичних навичок певної роботи

5.2.22. Трудовий стаж — це:

A. Загальна тривалість трудової діяльності людини

V. Тривалість роботи та іншої діяльності, яка на підставі закону прирівнюється до роботи

C. Тривалість роботи в одній організації чи на одній посаді

D. Завершення ділової кар'єри

5.2.23. *Що передбачає необхідний кількісний і якісний склад працівників:*

A. Кадрове забезпечення

B. Робоча сила

C. Трудовий потенціал

D. Кадри

5.2.24. *До якої категорії належать працівники, прийняті на роботу без визначення конкретного терміну роботи?*

A. Сезонні

B. Постійні

C. Тимчасові

D. Немає вірної відповіді

5.2.25. *Яку категорію характеризує визначення: «Соціальна спільність людей, об'єднаних спільною трудовою діяльністю в рамках певної організації для досягнення спільної мети та пов'язані між собою відносинами співробітництва»?*

A. Суб'єкт управління

B. Об'єкт управління

C. Соціальна група

D. Трудовий колектив

5.2.26. *Що таке соціальна група?*

A. Це сукупність людей, згрупованих за розміром заробітної плати

B. Об'єднання громадян для досягнення певних політичних цілей

C. Це відносно стала сукупність людей, що має спільні інтереси, цінності і норми поведінки

D. Неформальна група колективу підприємства, що протидіє керівництву

5.2.27. *Первинною функцією трудового колективу є:*

A. Виконання певних завдань, які сприяють досягненню цілей підприємства

B. Підготовка та виховання майбутніх спеціалістів

C. Утворення нових підрозділів підприємства та розширення його сфери впливу

D. Мотивація працівників

5.2.28. *Яким ознакам повинна відповідати група, щоб стати колективом?*

A. Достатньо стабільні відносини між членами групи

B. Практична взаємодія людей, спрямована на досягнення цілей

C. Наявність спільної мети

D. Все зазначене вище

5.2.29. *Визначення: «Одноланкова структура управління, єдина виробнича територія, безпосередній особистий контакт та міжособистісні відносини у процесі праці, де керівник одночасно входить до складу виконавців» - характеризує:*

- A. Основний колектив — підприємство в цілому
- B. Колектив на стадії інтеграції
- C. Згуртований колектив
- D. Первинний (контактний) колектив

5.2.30. *Якій категорії відповідає наведений перелік: особистісні якості співробітників, стиль керівництва?*

- A. Суб'єкт управління
- B. Зовнішні (об'єктивні) фактори, які визначають розвиток колективу
- C. Елементи структури колективу
- D. Внутрішні (суб'єктивні) фактори, які визначають розвиток колективу

5.2.31. *Якій стадії розвитку колективу відповідають характеристики: «Завершується взаємне вивчення, на основі якого відбувається зближення людей у групі (найбільш ініціативні, менш ініціативні, індиферентні, дезорганізуючі). Вступає в силу саморегуляція колективу»?*

- A. Диференціація
- B. Формування
- C. Інтеграція
- D. Згуртованість

5.2.32. *Стабільність складу колективу, підтримка дружніх контактів як на роботі, так і у вільний час, високий рівень трудової дисципліни, високі виробничі показники характерні для колективів:*

- A. Роз'єднаних
- B. Згуртованих
- C. Жіночих
- D. Розчленованих

5.2.33. *Для визначення рівня згуртованості використовують показники:*

- A. Фактичної та потенційної плинності працівників
- B. Кількості внутрішніх конфліктів
- C. Кількості випадків порушення трудової та виробничої дисципліни
- D. Стабільності колективу, кількості конфліктів, випадків дезорганізації

5.2.34. *Розвиток персоналу може бути:*

- A. Загальний та професійний
- B. Тільки професійний
- C. Спеціалізований та загальний
- D. Немає правильної відповіді

5.2.35. *Які документи регулюють діяльність підприємства в цілому?*

- A. Устав, установчий договір, правила внутрішнього трудового розпорядку
- B. Положення про підрозділи, моделі робочих місць, посадові інструкції,

контракти

- C. Матриця функцій, графіки процесів, технологічні карти
- D. Діловодство, документи, класифікатори, типові бланки даних

5.2.36. Яка основна мета кадрової політики організації?

- A. Мінімізація витрат на робочу силу
- B. Створення згуртованої, відповідальної і високопродуктивної робочої

сили

- C. Створення максимальної кількості робочих місць
- D. Планування перспективної потреби у кадрах і їх своєчасна підготовка

5.2.37. Кадрова політика організації - це:

A. Система теоретичних поглядів, ідей, вимог, принципів, які визначають основні напрями роботи з персоналом, її форми і методи

B. Сукупність взаємопов'язаних практичних дій, процесів та операцій щодо людей в організації

C. Спрямованість, послідовність, дотримання статей трудового законодавства, рівність, відсутність дискримінації різних категорій персоналу

D. Аналіз структури персоналу і прогнозування його розвитку

5.2.38. Кадрова політика поділяється на такі типи:

- A. Активна та реактивна
- B. Пасивна та превентивна
- C. Закрита та відкрита
- D. Все назване вище

5.2.39. У випадку проведення якої кадрової політики керівництво організації здійснює постійний кадровий моніторинг?

- A. Пасивної
- B. Активної
- C. Відкритої
- D. Превентивної

5.2.40. При якій кадровій політиці не проводиться середньострокове прогнозування кадрової роботи?

- A. Відкритій
- B. Превентивній
- C. Реактивній
- D. Пасивній

5.2.41. Практично відсутня можливість посадового зростання персоналу при здійсненні кадрової політики:

- A. Превентивної
- B. Закритої
- C. Активної
- D. Пасивної

5.2.42. Етапами розробки кадрової політики є:

- A. Програмування, нормування та оцінка

- В. Нормування, програмування та моніторинг персоналу
- С. Прогнозування, планування, нормування та відстеження
- Д. Аналіз, прогноз, вибір критеріїв та оцінка

5.2.43. Що слід розуміти під функціональними повноваженнями менеджера з персоналу?

- А. Можливість впливати на працівників, які підпорядковані іншим лінійним керівникам
- В. Можливість не виконувати певні управлінські рішення
- С. Право залучати додаткові ресурси
- Д. Можливість додаткового заохочення

5.2.44. Проект наказу про звільнення працівника з посади економіста організації погоджують із:

- А. Лінійним менеджером
- В. Менеджером з персоналу
- С. Заступником керівника організації
- Д. Всі відповіді правильні

5.2.45. Трудову книжку як головний документ про трудову діяльність працівника організації менеджер з персоналу повинен оформити протягом:

- А. 3 днів
- В. Тижня
- С. 10 днів
- Д. Місяця

5.2.46. Відділ персоналу підприємства не має права:

- А. Заохочувати працівників за високопродуктивну працю
- В. Контролювати використання працівників у відповідності до їх професій, спеціальностей, та кваліфікації
- С. Вимагати від менеджерів інформацію про роботу з персоналом
- Д. Репрезентувати підприємство в інших організаціях

5.2.47. Влаштовуючись на роботу вперше, працівник має подати у відділ персоналу такі документи:

- А. Паспорт, заяву, трудову книжку
- В. Заяву та особовий листок з обліку кадрів
- С. Трудову книжку, результати медичного обстеження
- Д. Паспорт, посвідчення водія, заяву

5.2.48. Яку основну функцію виконує відділ персоналу?

- А. Зменшення кількості фактів порушень технологічної та виробничої дисциплін на підприємстві
- В. Своєчасне забезпечення підприємства потрібною кількістю працівників відповідної кваліфікації
- С. Контроль за наявністю резерву підготовлених працівників
- Д. Зменшення плинності персоналу

5.2.49. Яку документацію веде відділ персоналу для визначення частоти зміни кадрів на тій чи іншій посаді в організації?

- A. Реєстраційні картки
- B. Особові справи
- C. Номенклатуру справ
- D. Особові картки

5.2.50. Як називається обліковий документ, що обов'язково заповнюється відділом кадрів на всіх працівників, прийнятих на постійну, тимчасову або сезонну роботу, і в якому записи ведуть згідно з паспортом, дипломом, трудовою книжкою тощо?

- A. Особова справа
- B. Особова картка
- C. Посадова інструкція
- D. Правила внутрішнього трудового розпорядку

5.2.51. Угода між членами трудового колективу та адміністрацією, що укладається в організації один раз на рік, - це:

- A. Колективний договір
- B. Правила внутрішнього трудового розпорядку
- C. Особова картка
- D. Посадова інструкція

5.2.52. Який документ належить до категорії актів централізованого регулювання і являє собою документ, в якому закріплені правові норми, принципи і законодавчі аспекти регулювання праці?

- A. Положення про підрозділ
- B. Правила внутрішнього трудового розпорядку
- C. Колективний договір
- D. Кодекс законів про працю

5.2.53. Документ, що регламентує діяльність у межах кожної управлінської посади і містить вимоги до працівника, який займає цю посаду, - це

- A. Посадова інструкція
- B. Опис роботи
- C. Особова специфікація
- D. Документаційне забезпечення

5.2.54. Необхідний кількісний і якісний склад працівників кадрової служби - це:

- A. Кадрове забезпечення
- B. Робоча сила
- C. Трудовий потенціал
- D. Кадри

5.2.55. Первинним документом з обліку кадрів на підприємстві є:

- A. Наказ

- В. Реєстраційна картка
- С. Особова картка
- Д. Посадова інструкція

5.2.56. Якщо працівник після закінчення строку попередження про звільнення з роботи не залишив місця роботи і не вимагає розірвання трудового договору, адміністрація:

- А. Не може звільнити його з роботи на підставі заяви, поданої раніше
- В. Може звільнити протягом 2-х днів після закінчення строку попередження
- С. Може звільнити працівника після узгодження з профспілковим комітетом
- Д. Усі відповіді правильні

5.2.57. Прогнозування в кадровій роботі є:

- А. Попередньою стадією планування роботи з кадрами, основою підготовки планових рішень і завдань
- В. Методом формування кадрової політики підприємства
- С. Прогнозом структури кадрів підприємства
- Д. Набором рішень з поточного управління працівниками

5.2.58. Загальна потреба підприємства в кадрах визначається за такими показниками:

- А. Обсяг виробництва, виробіток на одного працюючого
- В. Обсяг прибутку, продуктивність праці одного працівника
- С. Продуктивність праці управлінських працівників
- Д. Трудомісткість управлінських операцій, фонд робочого часу службовця

5.2.59. При звільненні через поважні причини працівники попереджають адміністрацію письмово за:

- А. 10 днів
- В. Два тижні
- С. 15 днів
- Д. 3 місяці

5.2.60. Єдина система кадрової роботи складається з таких підсистем:

- А. Створення оптимальних умов праці і трудових відносин, оформлення і облік кадрів, професійних розвиток кадрів
- В. Планування, прогнозування і маркетингу персоналу, розробки організаційних структур управління і стимулювання праці
- С. Аналізу, планування і прогнозування кадрів, підбору, розстановки, оцінки і безперервної освіти кадрів
- Д. Раціонального використання кадрів, планування, прогнозування і маркетингу персоналу

5.2.61. Кадровий маркетинг спрямований на:

- А. Вивчення обсягу пропозицій на ринку праці
- В. Забезпечення організації висококваліфікованими працівниками

C. Створення інформаційної бази даних персоналу підприємства

D. Дослідження ринку робочої сили

5.2.62. В якій послідовності здійснюється процес підготовки резерву персоналу в організації? 1 - визначення вимог до керівника 2 - визначення ключових посад у компанії 3 - оцінка прогресу (розвитку) 4 - підготовка планів розвитку кандидатів 5 - призначення на посаду 6 - адаптація 7 - реалізація планів підготовки наступників 8 - підбір кандидатів до резерву

A. 5,6,2,3,4,8,7,1

B. 1,2,5,6,7,3,4,8

C. 2,4,8,7,6,3,1,5

D. 2,1,8,4,7,3,5,6

5.2.63. До внутрішніх джерел залучення кандидатів на посаду не належать:

A. Ротація

B. Внутрішній конкурс

C. Суміщення професій

D. Адаптація

5.2.64. До зовнішніх джерел залучення кандидатів на посаду не належать:

A. Курси навчання організації

B. Списки очікування

C. Центри зайнятості

D. Самостійний пошук через засоби масової інформації

5.2.65. Менеджеру з персоналу при бесіді з претендентом на посаду заборонено запитувати:

A. З ким Ви постійно мешкаєте?

B. Чому Ви звільнилися з попередньої роботи?

C. Хто рекомендував Вас на цю посаду?

D. Які Ви маєте досягнення у цій сфері?

5.2.66. Атестаційна комісія після проведення атестацій працівників організації приймає рішення:

A. Атестувати або не атестувати працівника

B. Звільнити працівника з посади

C. Атестувати умовно працівника

D. Перевести на іншу роботу

5.2.67. Рішення про відповідність кандидата на певну посаду при підборі персоналу приймає:

A. Керівник підприємства або голова конкурсної комісії

B. Голова конкурсної комісії

C. Менеджер структурного підрозділу

D. Менеджер з персоналу

5.2.68. Відбір - це всебічне вивчення індивідуальних якостей кожного претендента на посаду і визначення кращих із них, що здійснюється:

- A. Трудовим колективом
- B. Конкурсною комісією
- C. Лінійним менеджером
- D. Менеджером з персоналу

5.2.69. Переведення на іншу роботу в організації - це:

- A. Зміна місця роботи працівника
- B. Зміна виду трудової діяльності
- C. Зміна умов праці
- D. Всі відповіді правильні

5.2.70. Набір працівників в організацію є початковою стадією

- A. Планування чисельності працівників
- B. Мотивації персоналу
- C. Комплектування штату персоналу
- D. Виявлення потреби в персоналі

5.2.71. В якій послідовності здійснюється відбір працівників в організацію:

A. Медичний огляд, співбесіда, заповнення бланку заяви, тестування, перевірка рекомендацій та послужного списку, наймання

B. Подання резюме, співбесіда, перевірка анкетних даних та рекомендацій, медичний огляд, наймання

C. Попередня відбіркова бесіда, заповнення бланку заяви, інтерв'ю, тестування, перевірка рекомендацій та послужного списку, медичний контроль, наймання

D. Домовленість по телефону, ознайомлення з резюме, інтерв'ю, перевірка особової справи, оцінка відповідності вимогам, оформлення трудового договору (контракту)

5.2.72. Трудова адаптація працівників - це:

A. Вхідження особистості в нову предметно-матеріальну та соціальну сферу

B. Пристосування працівника до навколишнього середовища

C. Процес знайомства працівника з трудовим колективом

D. Поступове набуття навичок з нового виду діяльності

5.2.73. Вступ на посаду - як складова частина адаптації працівника має такі форми:

A. Загальна орієнтація, спеціальна орієнтація, індивідуальний вступ на посаду

B. Ознайомлення з правилами охорони праці, технікою безпеки, додатковими пільгами, персональними обов'язками

C. Ознайомлення з основними дисциплінарними правилами, особливостями роботи підрозділу, правилами техніки безпеки та гігієни,

знайомство з членами колективу

D. Немає правильної відповіді

5.2.74. При відборі персоналу застосовують такі методи:

A. Анкетні, інтерв'ю, функціональної ідентифікації, біографічний

B. Експертні, проєктивні, конкурсні, тестування, психофізіологічні, медичні, професійних переміщень, безпосереднього визначення особистості

C. Відображеної суб'єктивності, рейтингових оцінок, рольової ідентифікації, самоаналізу, інтерв'ю, тестування

D. Немає правильної відповіді

5.2.75. Що таке первинний відбір кандидатів на посаду?

A. Процес селекції кандидатів, що володіють мінімальними вимогами для зайняття посади

B. Обмін інформацією між представником організації і кандидатом на посаду з метою оцінки кваліфікації останнього

C. Заходи, що здійснюється організацією для зниження чисельності своїх співробітників

D. Усі відповіді правильні

5.2.76. Про який вид адаптації йдеться: «Пристосування до відносно нового соціуму, норм поведінки і взаємостосунків у новому колективі»?

A. Організаційна

B. Професійна

C. Соціально-психологічна

D. Первинна

5.2.77. За допомогою якого засобу проводять роз'яснення і демонстрацію прийомів роботи безпосередньо на робочому місці?

A. Інструктаж

B. Лекція

C. Кейси

D. Ділові ігри

5.2.78. Прогностичними методами оцінювання кадрів є:

A. Вивчення документів (трудової книжки, анкети, характеристики, дипломів), особисті бесіди, психологічне тестування

B. Тимчасові доручення, відповідно до посади, стажування, дублювання

C. Ділові ігри, конкретні ситуації

D. Замісництво, психологічне тестування, ділові ігри

5.2.79. Відповідний рівень освіти та професійної підготовки, досвід практичної роботи, організаторські здібності, особистісні якості, вік, стан здоров'я – це:

A. Основні критерії підбору кадрів

B. Банк даних для планування резерву кадрів

C. Вторинна адаптація

D. Причини плинності кадрів

5.2.80. Атестація працівників буває:

- A. Підсумкова, проміжна, спеціальна
- B. Узагальнююча, проміжна, професійна
- C. Підсумкова, професійна, узагальнююча
- D. Проміжна, кінцева, попередня

5.2.81. Ділова оцінка персоналу - це:

- A. Визначення рівня кваліфікації працівника
- B. Процес виявлення відповідності якісних характеристик персоналу вимогам посади чи робочого місця
- C. Процес виявлення відповідності чисельності найнятих працівників кількості робочих місць в організації
- D. Визначення рівня професійної майстерності працівників у сфері діяльності організації

5.2.82. Атестація персоналу - це:

- A. Процес перевірки знань усіх категорій працівників організації
- B. Традиційний метод оцінки персоналу керівництвом із застосуванням стандартних критеріїв
- C. Визначення рейтингу та статусної позиції працівника в організації
- D. Діяльність, що здійснюється з метою вивільнення персоналу або переміщення на вищу посаду

5.2.83. Підсумкові висновки атестаційної комісії оформлюються у вигляді формулювань:

- A. Відмінно, добре, задовільно, незадовільно
- B. Добре, задовільно, незадовільно
- C. Відповідає посаді, частково відповідає посаді, не відповідає посаді
- D. Підвищити посадовий оклад, зменшити посадовий оклад, встановити надбавки (знижки) до посадового окладу

5.2.84. За допомогою якого методу визначається і реєструється потреба у професійному навчанні?

- A. Атестація
- B. Ротація
- C. Планування
- D. Конкурс

5.2.85. Процес підготовки співробітника до виконання нових виробничих функцій, зайняття нових посад і вирішення нових завдань - це:

- A. Професійний розвиток
- B. Професійне навчання
- C. Професійна освіта
- D. Атестація

5.2.86. Чи має право атестаційна комісія давати рекомендації про пониження або підвищення на посаді, встановлення персональної надбавки до посадового окладу?

- A. Так
 - B. Ні
 - C. Це залежить від форми оцінки
 - D. Це залежить від посади яку займає співробітник
- 5.2.87. Законодавством передбачено такі види професійного навчання:*
- A. Підготовка нових працівників, ротація, підвищення кваліфікації
 - B. Самоосвіта, перепідготовка, навчання суміжним професіям
 - C. Підготовка нових працівників, перепідготовка, навчання суміжним професіям, підвищення кваліфікації
 - D. Все зазначене вище
- 5.2.88. Типові моделі ділової кар'єри:*
- A. «Трамплін», «сходи», «дерево», «перетин шляхів»
 - B. «Сходи», «спуск», «змія», «павутиння»
 - C. «Трамплін», «сходи», «змія», «роздоріжжя»
 - D. «Вертикальна», «горизонтальна», «східчаста», «центральна»
- 5.2.89. Модель ділової кар'єри «змія» передбачає:*
- A. Тільки горизонтальне переміщення
 - B. Тільки вертикальне переміщення
 - C. Горизонтально-вертикальне переміщення
 - D. Відцентрове переміщення
- 5.2.90. Кар'єру працівників можна поділити на етапи:*
- A. Початковий, становлення, консолідації, завершення
 - B. Становлення, збереження, стабілізації, пенсійний, кінцевий
 - C. Попередній, становлення, збереження, завершення, пенсійний
 - D. Первинний, вторинний, етап консолідації та пенсійний
- 5.2.91. Ротація та суміщення професій належать до:*
- A. Внутрішніх джерел набору кадрів
 - B. Методів набору з внутрішніх джерел
 - C. Методів відбору працівників на вакантні посади
 - D. Методів професійного навчання працівників
- 5.2.92. Визначте тип кар'єри, якщо працівник переміщується в межах одного і того самого рівня і класу управління тільки для задоволення власних інтересів*
- A. Прагматична кар'єра
 - B. Традиційна
 - C. Випадкова
 - D. Сумісна
- 5.2.93. Складіть схему процесу професійного навчання: 1 - навчання 2 - формування бюджету навчання 3 - визначення потреб у навчанні 4 — визначення цілей навчання 5 — вибір методів навчання 6 - оцінка ефективності навчання 7 - визначення змісту програми 8 - визначення критеріїв оцінки:*

A. 3,4,7,5,2,8,1,6

B. 1,2,4,7,8,5,6,3

C. 2,4,3,5,6,8,7, 1

D. 5,4,3,7,8,2,1,6

5.2.94. При якому методі професійного навчання проводиться аналіз і групове обговорення конкретної ситуації?

A. Лекція

B. Ділові ігри

C. Кейси

D. Інструктаж

5.2.95. Як розраховується показник абсолютної плинності кадрів

A. Це різниця між кількістю звільнених і прийнятих в організацію

B. Це кількість працівників, що звільнились за власним бажанням за звітний період

C. Це різниця між надлишковою плинністю і кількістю прийнятих в організацію

D. Відношення надлишкової плинності до середньо-спискової чисельності працівників за звітний період

5.2.96. Заяву про звільнення можна подавати:

A. Під час роботи

B. Під час хвороби

C. Під час відпустки

D. Усі відповіді правильні

5.2.97. При звільненні з роботи за власним бажанням з поважних причин безперервний стаж: зберігається за умови, коли перерва у роботі не перевищувала:

A. Одного місяця

B. Двох місяців

C. Трьох місяців

D. Чотирьох місяців

5.2.98. Який із переліку ілюструє необхідну плинність кадрів?

A. Призов до армії, вступ до закладу освіти, вихід на пенсію

B. Незадоволеність роботою, призов до армії, вихід на пенсію, невідповідність посаді, зміна місця проживання

C. Звільнення за порушення трудової дисципліни, незадоволеність умовами праці, поганий психологічний клімат

D. Віддаленість місця роботи від дому, вихід на пенсію, відпустка по догляду за дитиною

5.2.99. Адміністрація може розірвати трудовий договір з працівником після одержання згоди профспілки не пізніше:

A. Місяця

B. 10 днів

- C. 20 днів
- D. Двох місяців

5.2.100. Якщо реорганізація підприємства тягне за собою зміни умов праці, систем і розмірів оплати праці, пільг, режиму роботи тощо, працівника слід попередити не пізніше:

- A. Двох тижнів
- B. Місяця
- C. Двох місяців
- D. Десяти днів

5. 3. Правове регулювання в туристичній діяльності

5.3.1. Галузеві стандарти підприємств ресторанного господарства – це

- A. основний регламентуючий документ, що визначає виробництво напівфабрикатів тільки на підприємствах ресторанного господарства
- B. основний нормативний документ, що регламентує виробництво напівфабрикатів і кулінарних виробів
- C. основний технологічний документ, що визначає асортимент напівфабрикатів, які виробляються; вимоги до якості і норми витрати сировини; порядок проведення технологічних процесів; вимоги до упакування і маркування; умови і терміни зберігання та транспортування
- D. немає вірної відповіді

5.3.2. Технологічні інструкції на підприємствах ресторанного господарства – це

- A. основний регламентуючий документ, що визначає виробництво напівфабрикатів тільки на підприємствах ресторанного господарствам
- B. основний нормативний документ, що регламентує виробництво напівфабрикатів і кулінарних виробів
- C. основний технологічний документ, що визначає асортимент напівфабрикатів, які виробляються; вимоги до якості і норми витрати сировини; порядок проведення технологічних процесів; вимоги до упакування і маркування; умови і терміни зберігання та транспортування
- D. немає вірної відповіді

5.3.3. Стандарти підприємств ресторанного господарства розробляють

- A. на кулінарні вироби з нетрадиційними способами холодної і теплової обробки;
- B. на кулінарні вироби з нетрадиційними способами холодної і теплової обробки, на нові процеси
- C. на нові процеси
- D. немає вірної відповіді

5.3.4. *Для встановлення розпорядку роботи на кожному підприємстві ресторанного господарства складаються*

- A. графік завантаження торговельного залу;
- B. графік виходу на роботу;
- C. фотографія робочого дня
- D. немає вірної відповіді

5.3.5. *Норма обслуговування – це*

A. кількість продукції, котра повинна бути зроблена за одиницю часу працівником відповідної кваліфікації в умовах ефективного використання всіх засобів виробництва, передового виробничого досвіду та раціональної організації праці;

B. кількість місць у залі в залежності від класу підприємства та форми організації праці;

C. кількість працівників визначеної професії і кваліфікації, яка необхідна для виконання якогось об'єму роботи

D. кількість виробничих об'єктів (одиниць устаткування, робочих місць, об'єктів тощо), які працівник або група осіб певної кваліфікації мають обслужити протягом одиниці робочого часу за певних організаційно-технічних умов

5.3.6. *Спеціалізований заклад ресторанного господарства - це заклад який*

A. виробляє та реалізує специфічний асортимент страв нескладного приготування, у тому числі з певного виду сировини, напоїв, кондитерських виробів і закупних товарів (ресторани з національною кухнею, кафе-кондитерська, закуочні, винний бар тощо;

B. спеціалізується на реалізації та приготуванні страв із молока й кисломолочних продуктів;

C. організує харчування і поєднує з улаштуванням дозвілля споживачів

D. немає вірної відповіді

5.3.7. *Незалежні ресторани – це заклади ресторанного господарства*

A. що характеризуються самостійною економічною діяльністю;

B. що характеризуються найбільшими капіталовкладеннями, самостійною діяльністю, вишуканим інтер'єром та меню;

C. що характеризуються організаційно-господарською самостійністю, самі вибирають стратегію і практику поведінки на ринку, мають високий рівень ресторанного сервісу

D. немає вірної відповіді

5.3.8. *Основним призначенням ресторанного господарства є*

A. надання послуг організації харчування людей за місцем роботи, навчання і інших не домашніх умовах;

B. виробництво кулінарної продукції та організація споживання;

C. надання послуг з обслуговування споживачів.

D. всі відповіді вірні

5.3.9. *Ресторанне господарство – це*

А. економічна діяльність, що пов'язана з наданням послуг організації харчування людей з організацією дозвілля або без нього

В. інтегрована система, що надає послуги населенню з виробництва кулінарної продукції, з організації споживання у не домашніх умовах;

С. інтегрована сфера підприємницької діяльності, пов'язана з організацією виробництва і управлінням рестораном і на задоволення потреб населення в різноманітній, здоровій і смачній їжі, сервісних послугах, а також отримання прибутків

Д. немає вірної відповіді

5.3.10. *Закритий заклад ресторанного господарства – це заклад*

А. продукцію та послуги в якому може одержати певний контингент споживачів за місцем роботи, служби чи навчання;

В. що обслуговує визначений контингент споживачів;

С. що обслуговує визначений контингент на банкетах та спеціальних заходах

Д. немає вірної відповіді

5.3.11. *На що розробляються галузеві стандарти України?*

А. на продукцію, послуги, процеси якщо відсутні національні стандарти

В. на продукцію (процеси, послуги), на яку відсутні національні стандарти і якщо необхідно встановити вимоги, які перевершують або доповнюють національні стандарти

С. на продукцію (процеси, послуги), що виробляють на конкретному підприємстві

Д. на вимоги до продукції і такі, що регулюють відносини між постачальником (розробником) і споживачем (замовником) цієї продукції

5.3.12. *У чому полягає основне завдання стандартизації?*

А.. зведення до мінімуму різноманітності різних виробів

В. створювати системи нормативної документації, що визначають прогресивні вимоги до продукції та послуг

С. розробляти галузеві стандарти

Д. немає вірної відповіді

5.3.13. *Соціальна функція стандартизації проявляється через:*

А. вплив на ринок товарів і послуг, захист вітчизняного виробника та споживача

В. забезпечення безпеки та якості товарів, послуг; захист прав споживачів

С. формування вимог до продукції, процесів, послуг, методів

Д. допомогу у веденні бізнесу

5.3.14. *Продукція, яку виробляють заклади ресторанного господарства і продають як кулінарну продукцію, булочні та борошняні кондитерські вироби називається:*

А.. страви

- В. продукція власного виробництва
- С.. кулінарний напівфабрикат
- Д.. фірмова страва

5.3.15. Страва, що її готують у конкретному закладі ресторанного господарства за оригінальною авторською рецептурою із присвоєнням їй певної назви, на яку розповсюджується право захисту інтелектуальної власності

- А. кулінарний виріб
- В. страва
- С. кулінарна продукція
- Д.. фірмова страва

5.3.16. Продаж продукції за межами закладів (підприємств) здійснюється у спеціально відведених для цього місцях

- А. з дозволу місцевих органів виконавчої влади
- В. з дозволу установ державної санітарно-епідеміологічної служби
- С.. місцевих органів виконавчої влади, установ державної санітарно-епідеміологічної служби та за умови додержання встановлених для цієї продукції вимог
- Д. за умови додержання встановлених для цієї продукції вимог

ANSWER: С

5.3.17. Контроль за якістю і безпекою продукції, додержанням норм і правил, установлених для закладів ресторанного господарства здійснюється

- А. органами місцевого самоврядування
- В. іншими органами в межах їх компетенції, наданої законодавством
- С. відвідувачами
- Д. органами місцевого самоврядування та іншими органами в межах їх компетенції, наданої законодавством

5.3.18. Метою сертифікації є:

- А. запобігання реалізації продукції, небезпечної для життя, здоров'я та майна громадян і навколишнього природного середовища
- В. сприяння споживачеві в компетентному виборі продукції
- С.. створення умов для участі суб'єктів підприємницької діяльності в міжнародному економічному, науково-технічному співробітництві та міжнародній торгівлі
- Д. запобігання реалізації продукції, небезпечної для життя, здоров'я та майна громадян і навколишнього природного середовища, сприяння споживачеві в компетентному виборі продукції

5.3.19. Випробування з метою обов'язкової сертифікації повинні проводитися:

- А. інститутами сертифікації
- В. акредитованими випробувальними лабораторіями
- С.. самими підприємствами чи організаціями

D. немає вірної відповіді

5.3.20. *Орган з сертифікації – це:*

A. орган, який здійснює сертифікацію відповідності

B. підприємство, яке сертифікує продукції, послуги

C. учасник сертифікації

D. усі відповіді вірні

5.3.21. *Документація, що встановлює правила виконання певних видів робіт у готелі, носить назву:*

A. експлуатаційної;

B. туристської;

C. нормативної

D. усі відповіді вірні

5.3.22. *Правила користування готелем та надання готельних послуг визначають взаємні права та обов'язки:*

A. адміністрації та персоналу готелю;

B. готельного підприємства та вищого органу;

C. адміністрації готелю та проживаючих (замовників)

D. усі відповіді вірні

5.3.23. *У разі порушення Правил користування готелем та надання готельних послуг адміністрацією готелю споживач має право:*

A. тільки записати скаргу у Книгу скарг і пропозицій;

B. тільки скаржитись у вищі органи;

C. розірвати договір з готелем і вимагати відшкодування збитків

D. усі відповіді вірні

5.3.24. *Хостел – це:*

A. готель довготривалого проживання для ділових людей;

B. рекреаційний заклад для сімей з дітьми;

C. готелі спрощеного сервісу переважно для молоді

D. усі відповіді вірні

5.3.25. *Серед основних критеріїв готельного комфорту:*

A. кількісний склад персоналу;

B. місткість будівлі та кількість поверхів;

C. склад і якість номерів

D. всі відповіді вірні

5.3.26. *Сертифікацією називають процедури, що мають на меті:*

A. отримати дозвіл на здійснення певного виду діяльності;

B. підтвердити відповідність якості послуг стандарту;

C. зареєструвати готель як юридичну особу – суб'єкт підприємництва.

D. усі відповіді вірні

5.3.27. *В Україні сертифікація готельних послуг здійснюється на засадах:*

A. добровільності;

- В. обов'язковості;
- С. по-різному для різних готелів
- Д. усі відповіді вірні

5.3.28. *Нині в Україні діє стандарт класифікації готелів:*

- А. UN WTO;
- В. міждержавний;
- С. національний
- Д. усі відповіді вірні

5.3.29. *Обов'язковою є сертифікація готелів України за схемою:*

- А. відповідності вимогам нормативних документів;
- В. відповідності категорії зірок;
- С. оцінювання системи якості.
- Д. усі відповіді вірні

5.3.30. *Перевагами підприємств у результаті сертифікації є:*

- А. покращання менеджменту управління
- В. підвищення ступеня задоволення потреб споживачів
- С. додаткові конкурентні переваги продукції порівняно з несертифікованими товарами-конкурентами
- Д. збільшується випуск продукції

5.3.31. *Які готелі розраховані переважно на проживання людей, що приїжджають із діловими цілями до певного відомства, закладу чи підприємства?*

- А. Підприємницькі готелі.
- В. Відомчі готелі
- С. Транзитні готелі
- Д. Готелі цільового призначення

5.3.32. *Готелі цільового призначення поділяють на:*

- А. готелі для активного відпочинку і пасивного відпочинку;
- В. готелі для постійного проживання і тимчасового;
- С. готелі ділового призначення і готелі для відпочинку;
- Д. готелі стаціонарні і тимчасові

5.3.33. *Ротель – це засіб розміщення, призначений для тих, хто подорожує:*

- А. автомобілем
- В. плавзасобом
- С. літаком
- Д. автомобілем із трейлером

5.3.34. *Готелі, призначені для власників літаків, це*

- А. ротелі
- В. флотелі
- С. флайтелі
- Д. мотелі

5.3.35. «Марина» – це особливий тип споруди водного туризму, призначений для

A. постійного паркування рекреаційного флоту мешканців міста, а також для тимчасових стоянок суден та обслуговування транзитних водних туристів;

B. обслуговування водних туристів у поході, мають стаціонарні заклади і споруди технічного обслуговування плавзасобів та розташовані на маршруті через 70–100 км;

C. обслуговування плавзасобів біля наметових містечок відпочинку;

D. туристів, які відпочивають активно.

5.3.36. Шале, як тип готелів уперше виник у

A. Скандинавії

B. Канаді

C. Швейцарії

D. Шотландії

5.3.37. Заклади сезонного використання на зразок кемпінгу з невисоким рівнем комфорту, призначені для обслуговування водних туристів у поході, це

A. ботокемпінги

B. флотелі

C. ботелі

D. флотокемпінги

5.3.38. Готелі з наплавних споруд, які розміщуються на маршруті через 20-25 км, це

A. ротелі

B. флотелі

C. ботелі

D. флотокемпінги

5.3.39. Хостел– це

A. готель довготривалого проживання для ділових людей;

B. рекреаційний заклад для сімей з дітьми;

C. готелі полегшеного типу для сезонної експлуатації;

D. готелі спрощеного сервісу переважно для молоді

5.3.40. Сільський будинок у вигляді легкої будівлі з верандами це

A. котеджі

B. флотелі

C. бунгало

D. пансіони

5.3.41. Закон України "Про захист прав споживачів" визначає:

A. Права та обов'язки споживача і продавця, виробника продукції та суб'єкту надання послуг

B. Лише права споживачів

C. Права та обов'язки споживачів

D. Права та обов'язки виробника

5.3.42. Які права має споживач на відповідну якість? Виберіть правильні відповіді:

A. Має право жадати від продавця, щоб якість купленого ним товару відповідала вимогам нормативних документів

B. Вимоги до товару щодо його безпеки для життя, здоров'я і майна споживача встановлюються нормативними документами

C. Продавець зобов'язаний передати покупцеві товар, що за якістю відповідає вимогам нормативної документації, а також інформації про товар, що дається продавцем

D. Усі відповіді правильні.

5.3.43. Недолік - це:

A. Усна угода між продавцем і покупцем про якість, терміни, мету й інші умови, за якими здійснюється покупка, продаж, чи робота, надання послуги

B. Письмова угода між продавцем і покупцем про якість, терміни, мету й інші умови, за якими здійснюється покупка, продаж, робота надання послуги

C. Окрема невідповідність товару (роботи, чи послуги) вимогам нормативних документів, умовам, чи договору, вимогам, які пред'являються до нього, а також інформації про товар, що надана виготовлювачем

D. Недолік, який робить недоступним використання товару (роботи послуги) у відповідності з його призначенням, не може бути усунутий стосовно цього споживача або для його усунення необхідні великі витрати праці і часу

5.3.44. Споживач при виявленні недоліків чи фальсифікації товару протягом гарантійного терміну має право жадати від продавця:

A. Безкоштовного усунення недоліків чи відшкодування витрат на їхнє усунення споживачем або третім лицем.

B. Заміни на аналогічний товар належної якості.

C. Зниження ціни товару.

D. Відповіді А-В вірні.

5.3.45. При пред'явленні споживачем вимоги про безоплатне усунення недоліків товару вони повинні бути усунуті протягом:

A. 14 днів

B. 14 днів або за згодою сторін в інший термін

C. 28 днів

D. 10 днів

5.3.46. Споживач має право відмовитися від договору і вимагати відшкодування збитків:

A. Якщо виконавець своєчасно не приступає до виконання договору

B. Якщо закінчення роботи у визначений термін стає неможливим

C. Якщо виконавець своєчасно не виконує договору, або виконує роботу так повільно, що закінчити її у визначений термін стає не- можливо

D. Якщо споживач своєчасно не приступає до виконання договору

5.3.47. Якщо під час виконання робіт або надання послуг, їх не буде виконано згідно з умовами договору, то споживач:

A. Має право призначити виконавцю відповідний термін для усунення недоліків

B. Розірвати договір і вимагати відшкодування збитків

C. Подати заяву до суду на виконавця

D. Відповіді A, B вірні

5.3.48. За наявності у роботах за умовами договору істотних недоліків, споживач має право:

A. Вимагати розірвання договору

B. Вимагати відшкодування збитків

C. Заключити новий договір

D. Відповіді A, B вірні

5.3.49. В якому разі виконавець не несе відповідальності за недоліки у виконаних роботах:

A. Якщо вони виникли з вини виготівника

B. Якщо вони виникли з вини продавця

C. Якщо вони виникли з вини споживача

D. Відповіді 2,3 доповнюють одна одну

5.3.50. Протягом якого терміну виконавець зобов'язаний відшкодувати збитки, що виникли у зв'язку з пошкодженням чи псуванням речі, прийнятої від споживача для виконання робіт:

A. Протягом 7 днів

B. Протягом 14 днів

C. Протягом 30 днів

D. Протягом 60 днів

5.3.51. Документація, що встановлює правила виконання певних видів робіт у готелі, носить назву:

A. експлуатаційної;

B. туристської;

C. нормативної

D. усі відповіді вірні

5.3.52. Закон України "Про курорти":

A. визначає правові, організаційні, економічні та соціальні засади розвитку курортів в Україні та спрямований на забезпечення використання з метою лікування і оздоровлення людей природних лікувальних ресурсів, природних територій курортів, які є надбанням народу України, та їх охорони;

B. регулює суспільні відносини, які виникають у сфері забезпечення санітарного та епідемічного благополуччя, визначає відповідні права і обов'язки державних органів, підприємств, установ, організацій та громадян, встановлює порядок організації державної санітарно-епідеміологічної служби і здійснення державного санітарно-епідеміологічного нагляду в Україні;

С. регулює питання надання юридичними та фізичними особами послуг з тимчасового розміщення (проживання);

Д. усі відповіді вірні

5.3.53. *Інформацію про товари (послуги) і їхні якості можна поділити на дві групи:*

А. інформація, яка містить особливі вимоги до товару;

В. інформація, яка містить загальні та спеціальні вимоги до товару (стаття 15 Закону України «Про захист прав споживачів», Правила продажу продовольчих товарів, Правила роздрібної торгівлі тютюновими виробами, Правила роздрібної торгівлі алкогольними напоями тощо)

С. інформація, яка містить спеціальні вимоги до окремих видів товарів (робіт, послуг)

Д. інформація, яка містить специфічні вимоги до товару

5.3.54. *Найвищу юридичну силу в сфері готельно-ресторанного бізнесу мають:*

А. Закони України

В. Підзаконні нормативно-правові акти

С. Міжнародні стандарти

Д. Національні стандарти України

5.3.55. *Оберіть функції ресторанного господарства*

А. виробництво готової до споживання продукції

В. реалізація продукції власного виробництва і деякої кількості продукції інших галузей (покупних товарів)

С. організація споживання продукції

Д. всі відповіді вірні

5.3.56. *Розвиток національного готельно-ресторанного господарства, його ефективність та прибутковість значною мірою визначається:*

А. ступенем розвитку економіки

В. рівнем державного регулювання

С. якістю нормативної бази

Д. усі відповіді вірні

5.3.57. *Статутом підприємства називається:*

А. правовий акт, що регулює господарську діяльність підприємства, його взаємовідносини з іншими суб'єктами господарювання;

В. внески засновників підприємства у грошовій та майновій формі;

С. розклад робочого дня на підприємстві;

Д. виборний орган управління підприємством.

5.3.58. *Суб'єкт ГОСПОДАРЮВАННЯ, ЯКИЙ ВИКОНУЄ РОБОТИ АБО НАДАЄ ПОСЛУГИ, НАЗИВАЄТЬСЯ:*

А. продавцем

В. виконавцем

С. виробником

D. надавачем

5.3.59. *Що є найважливішим показником економічної ефективності діяльності підприємства?*

- A. отримана маса прибутку;
- B. обсяги виробленої продукції;
- C. продуктивність праці
- D. усі відповіді вірні

5.3.60. *Яким законодавчим актом в Україні визначено механізм захисту прав споживачів?*

- A. Законом України «Про стандартизацію»
- B. Законом України «Про рекламу»
- C. Декретом Кабінету Міністрів України від 8 квітня 1993 р. № 30-93 «Про державний нагляд за додержанням стандартів, норм і правил та відповідальність за їх порушення»
- D. Законом України «Про захист прав споживачів»

5.3.61. *Документація, що встановлює правила виконання певних видів робіт у готелі, носить назву:*

- A. експлуатаційної
- B. туристської
- C. нормативної
- D. усі відповіді вірні

5.3.62. *Закон України "Про курорти":*

A. визначає правові, організаційні, економічні та соціальні засади розвитку курортів в Україні та спрямований на забезпечення використання з метою лікування і оздоровлення людей природних лікувальних ресурсів, природних територій курортів, які є надбанням народу України, та їх охорони

B. регулює суспільні відносини, які виникають у сфері забезпечення санітарного та епідемічного благополуччя, визначає відповідні права і обов'язки державних органів, підприємств, установ, організацій та громадян, встановлює порядок організації державної санітарно-епідеміологічної служби і здійснення державного санітарно-епідеміологічного нагляду в Україні

C. регулює питання надання юридичними та фізичними особами послуг з тимчасового розміщення (проживання)

5.3.63. *Інформацію про товари (послуги) і їхні якості можна поділити на дві групи:*

- A. інформація, яка містить особливі вимоги до товару;
- B. інформація, яка містить загальні та спеціальні вимоги до товару (стаття 15 Закону України «Про захист прав споживачів», Правила продажу продовольчих товарів, Правила роздрібною торгівлі тютюновими виробами, Правила роздрібною торгівлі алкогольними напоями тощо)
- C. інформація, яка містить спеціальні вимоги до окремих видів товарів (робіт, послуг)

D. інформація, яка містить специфічні вимоги до товару

5.3.64. Найвищу юридичну силу в сфері готельно-ресторанного бізнесу мають:

- A. Закони України
- B. Підзаконні нормативно-правові акти
- C. Міжнародні стандарти
- D. Національні стандарти України

5.3.65. Оберіть функції ресторанного господарства:

- A. виробництво готової до споживання продукції
- B. реалізація продукції власного виробництва і деякої кількості продукції інших галузей (покупних товарів)
- C. організація споживання продукції
- D. всі відповіді вірні

5.3.66. Розвиток національного готельно-ресторанного господарства, його ефективність та прибутковість значною мірою визначається:

- A. ступенем розвитку економіки
- B. рівнем державного регулювання
- C. якістю нормативної бази
- D. усі відповіді вірні

5.3.67. Статутом підприємства називається:

- A. правовий акт, що регулює господарську діяльність підприємства, його взаємовідносини з іншими суб'єктами господарювання
- B. внески засновників підприємства у грошовій та майновій формі
- C. розклад робочого дня на підприємстві
- D. виборний орган управління підприємством

5.3.68. Суб'єкт господарювання, який виконує роботи або надає послуги, називається:

- A. продавцем
- B. виконавцем
- C. виробником
- D. надавачем

5.3.69. Що є найважливішим показником економічної ефективності діяльності підприємства?

- A. отримана маса прибутку
- B. обсяги виробленої продукції
- C. продуктивність праці

5.3.70. Яким законодавчим актом в Україні визначено механізм захисту прав споживачів?

- A. Законом України «Про стандартизацію»
- B. Законом України «Про рекламу»

С. Декретом Кабінету Міністрів України від 8 квітня 1993 р. № 30-93 «Про державний нагляд за додержанням стандартів, норм і правил та відповідальність за їх порушення»

Д. Законом України «Про захист прав споживачів»

5.3.71. *Найбільшу частку готельних ланцюгів має така країна:*

А. Швейцарія

В. Франція

С. Бразилія

Д. США

5.3.72. *Готельний ланцюг (мережа) – це:*

А. сукупність готелів, що здійснюють колективний бізнес і не знаходяться під безпосереднім контролем керівництва ланцюга

В. сукупність готелів, що здійснюють колективний бізнес і знаходяться під безпосереднім контролем керівництва ланцюга

С. об'єднання декількох готельних ланцюгів в загальний бізнес із централізованим керівництвом

Д. об'єднання під єдиною маркою не тільки готелів а й туристичних та транспортних фірм

5.3.73. *Категорія готелю присвоюється на основі:*

А. ДСТУ 4268:2003 «Послуги туристичні. Засоби розміщування. Загальні вимоги»

В. ДСТУ4269:2003 «Послуги туристичні. Класифікація готелів»

С. ДСТУ 4281:2004 «Заклади ресторанного господарства. Класифікація»

Д. ДСТУ 2296-93 «Національний знак відповідності. Форма, розміри, технічні вимоги та правила застосування»

5.3.74. *Нормативні документи, які діють на території України і використовуються усіма підприємствами незалежно від форми власності та підпорядкування, громадянами-суб'єктами підприємницької діяльності, міністерствами (відомствами), органами державної виконавчої влади, на діяльність яких поширюється дія стандартів – це:*

А. Державні стандарти України (ДСТУ)

В. Галузеві стандарти України (ГСТУ)

С. Стандарти науково-технічних та інженерних товариств (спілок) України (СТТУ)

Д. Технічні умови (ТУ)

5.3.75. *Нормативний документ, який розробляють для встановлення вимог, що регулюють відносини між постачальником (розробником, виробником) і споживачем (замовником) продукції, для якої відсутні державні чи галузеві стандарти (або за потребою конкретизації вимог зазначених документів) – це:*

А. Державні стандарти України (ДСТУ)

В. Галузеві стандарти України (ГСТУ)

C. Стандарти науково-технічних та інженерних товариств (спілок) України (СТТУ)

D. Технічні умови (ТУ)

5.3.76. *Відповідно до ДСТУ4269:2003 «Послуги туристичні. Класифікація готелів» готелям присвоюються:*

A. класи

B. категорії

C. розряди

D. типи

5.3.77. *Стандарт, що розробляється на продукцію, послуги в разі відсутності ДСТУ, або за потребою встановлення вимог, які перевищують або доповнюють вимоги державних стандартів у певній галузі, називається:*

A. Стандарт підприємств (СТП)

B. Галузевий стандарт України (ГСТУ)

C. Стандарт науково-технічних та інженерних товариств (спілок) України (СТТУ)

D. Технічні умови (ТУ)

5.3.78. *На рекреаційні й курортні, у горах, на морському узбережжі готелі поділяються за ознакою:*

A. місцезнаходження

B. термін перебування

C. режим експлуатації

D. місткість номерного фонду

5.3.79. *Готелі, в яких туристи проводять від однієї ночівлі до двох діб називаються:*

A. ділові

B. транзитні

C. лікувальні

D. для відпочинку

5.3.80. *На цілорічні, літні й змішані готелі поділяються за такою ознакою:*

A. місцезнаходження

B. термін перебування

C. режим функціонування

D. місткість номерного фонду

5.3.81. *На великі, малі й середні готелі поділяються за такою ознакою:*

A. місцезнаходження;

B. термін перебування;

C. режим функціонування;

D. місткість номерного фонду

5.3.82. *На готелі для молоді, людей середнього віку і т.д. готелі поділяються за ознакою:*

- A. місцезнаходження
- B. контингент
- C. режим функціонування
- D. місткість номерного фонду

5.3.83. Підприємство будь-якої організаційно-правової форми та форм власності, що складається з шести і більше номерів та надає готельні послуги з тимчасового проживання з обов'язковим обслуговуванням – це:

- A. аналогічний засіб розміщення
- B. готель
- C. санаторій
- D. мотель

5.3.84. Підприємство будь-якої організаційно-правової форми власності, що складаються з номерів і надають обмежені готельні послуги, включно з щоденним заправлінням ліжок, прибиранням кімнат та санвузлів-

- A. аналогічний засіб розміщення
- B. готель
- C. санаторій;
- D. мотель

5.3.85. На бюджетні, апартаментні, першокласні, економічні і т.д. готелі поділяються за такою ознакою:

- A. місцезнаходження
- B. рівнем цін
- C. режим функціонування
- D. місткість номерного фонду

5.3.86. Великими називаються готелі, що мають номерний фонд:

- A. понад 300 номерів, більше 400 місць
- B. до 300 номерів від 150 до 400 місць
- C. до 100 номерів, 150 місць
- D. до 50 номерів, 80 місць

5.3.87. Молодіжними називаються готелі, що розраховані на контингент туристів:

- A. до 50 років
- B. до 30 років
- C. до 20 років
- D. до 16 років

5.3.88. Засіб розміщення відомчого підпорядкування, призначений для організації відпочинку працівників, як правило, однієї організації, має умови для надання профілактичних послуг, лікування професійних захворювань та загального оздоровлення –

- A. санаторій
- B. профілакторій
- C. пансіонат

D. готель

5.3.89. *Оздоровчо-лікувальні заклади з регламентованим режимом відпочинку для людей з різними видами захворювань та обов'язковим дієтичним харчуванням:*

A. санаторій

B. профілакторій

C. лікувальний комплекс

D. готель

5.3.90. *Що в готельному господарстві означає дешифратор ВВ:*

A. розміщення без харчування

B. одномісне розміщення

C. розміщення й сніданок в готелі

D. додаткове ліжко в номері

5.3.91. *Франчайзер:*

A. продавець франшизи

B. покупець франшизи

C. посередник

D. клієнт

5.3.92. *Франчайзі:*

A. покупець франшизи

B. продавець франшизи

C. посередник

D. клієнт

5.3.93. *Контракт на управління:*

A. угода, яка укладається між власником підприємства і компанією, яка спеціалізується в управлінні відповідними типами підприємств

B. привілейоване право здійснювати додатковий бізнес

C. договір, угода між продавцем та покупцем, за якою продавець захищеного торговельною маркою продукту чи послуги надає ексклюзивне право на розповсюдження та продаж даного продукту чи послуги в обмін на отримання від нього грошової винагороди за умови дотримання покупцем технологій виробництва та обслуговуючих технологій

D. наділення оператора правом продажу підприємства

5.3.94. *Раціональні розміри столів для ресторанів, їдалень, кафе і барів (за висотою):*

A. 1000–1100 мм

B. 900–1050 мм

C. 700–850 мм

D. 740–750 мм

5.3.95. *Документація ресторанного закладу, яка не допомагає усунути на підприємстві випадки крадіжок :*

A. договори про матеріальну відповідальність

- В. листи інвентаризації (бар, виробництво, інвентар, господарські товари)
- С. меню
- Д. акти контрольних закупівель

5.3.96. Згідно ДСТУ 4269:2003 «Послуги туристичні. Класифікація готелів» класифікацію готелів та аналогічних засобів розміщування за категоріями визначають за комплексом вимог до

- А. матеріально-технічної оснащеності готелю
- В. переліку надаваних послуг у готелі
- С. кваліфікації персоналу готелю
- Д. усі відповіді вірні

5.3.97. Нормативні документи щодо сертифікації готельних послуг розробляються:

- А. мерією міста або сільрадою
- В. парламентом держави
- С. Конституційним судом
- Д. профільним міністерством

5.3.98. Перевірку та випробування продукції для визначення її характеристик і подальший державний технічний нагляд за сертифікованою продукцією включає -

- А. обов'язкова сертифікація
- В. добровільна сертифікація
- С. обов'язкова і добровільна
- Д. усі відповіді вірні

5.3.99. Розвиток національного готельно-ресторанного господарства, його ефективність та прибутковість значною мірою визначається:

- А. ступенем розвитку економіки
- В. рівнем державного регулювання
- С. якістю нормативної бази
- Д. усі відповіді вірні

5.3.100. Послуга ресторанного господарства являє собою:

- А. результат діяльності підприємств ресторанної сфери щодо задоволення потреб споживача у харчуванні, проживанні, дозвіллі
- В. задоволення потреб у харчуванні та дозвіллі споживачів
- С. результат діяльності фізичних осіб - суб'єктів підприємницької діяльності та підприємств ресторанної сфери щодо задоволення потреб споживача у харчуванні
- Д. результат задоволення потреб у харчуванні та дозвіллі споживачів

5.3.101. Оперативне управління готелем здійснюється:

- А. власником готельного комплексу
- В. управляючим (директором)
- С. генеральним директором
- Д. виконавчим директором

5.3.102. Сторонами договору про надання ресторанних або туристичних послуг є:

- A. замовник та виконавець
- B. перевізник та відправник
- C. замовник та проектувальник
- D. замовник та підрядчик

5.3.103. Сукупність готелів усіх типів, що використовуються для прийому та обслуговування гостей – це

- A. готельний комплекс
- B. готельний бізнес
- C. готельне господарство
- D. готель

5.4. Технологія і організація туристичного обслуговування

5.4.1. Сукупність виробничих можливостей туристичного ринку надати якісний туристичний продукт:

- A. туристична комунікація
- B. туристична пропозиція
- C. туристична індустрія
- D. туристична інфраструктура

5.4.2. До основних елементів проектування автобусних турів не відноситься:

- A. Проживання туристів
- B. Харчування туристів
- C. Швидкість переміщення
- D. Маршрут переміщення

5.4.3. До складу додаткових туристичних послуг не відноситься:

- A. Санаторне лікування
- B. Обмін валют
- C. Оренда спортзалу
- D. Ночівля у мотелі

5.4.4. Туроператори – це

A. виключно юридичні особи, які формують, організують просування та реалізують власний турпродукт.

B. як юридичні, так і фізичні особи-підприємці, які надають посередницькі послуги з реалізації турпродукту, що сформований туроператором, туристам.

C. діяльність у сфері туризму, спрямована на формування комплексного туристського продукту та оптимізацію умов його споживання шляхом розробки пакету програм і обслуговування по маршруту зарубіжних і внутрішніх туристів.

D. Всі відповіді вірні

5.4.5. Функціями турагенства є:

- A. пошук турів згідно з побажаннями туристів, бронювання турів, правильне оформлення замовлень;
- B. реалізація турів туроператорів;
- C. всі відповіді вірні
- D. своєчасна сплата послуг туроператора;

5.4.6. Функціями туроператора є:

- A. Функція комплектації
- B. Сервісна функція
- C. Гарантійна функція
- D. всі відповіді вірні

5.4.7. В процесі виробництва туристичних послуг транспорт істотно впливає на їх

- A. собівартість
- B. якість
- C. доступність
- D. доцільність

5.4.8. Відповідні чинні законодавчі акти визначають туристичну діяльність як галузь, що підпадає зі сторони держави під

- A. державні інвестиції
- B. регулювання цін
- C. суспільний контроль
- D. вимушену інфляцію

5.4.9. Гарантуючий документ, що підтверджує статус туристів і є підставою для отримання туристичних послуг

- A. туристичний договір
- B. туристичний атестат
- C. туристичний паспорт
- D. туристичний ваучер

5.4.10. Господарська діяльність з проектування, розробки і реалізації туристичного продукту

- A. туристичний кліринг
- B. туристичний форум
- C. туристичний брендінг
- D. туристичний оперейтинг

5.4.11. До числа об'єктивних факторів зростання ефективності туристичного сервісу відноситься

- A. уніфікація технологій
- B. уніфікація культури
- C. уніфікація доходів
- D. уніфікація релігії

5.4.12. До числа суб'єктивних факторів ефективності туристичного сервісу відноситься ...

- A. насиченість ринку
- B. освіта туриста
- C. менеджмент турфірм
- D. розвиток транспорту

5.4.13. Які готелі належать до готелів сімейного відпочинку:

- A. Сільські туристичні будинки, санаторії, сільські туристичні комплекси
- B. Ротелі, лотелі, флігелі
- C. Мотелі, ботелі, флігілі, кемпінги
- D. Усі відповіді правильні

5.4.14. Які готелі належать до спеціалізованих:

- A. Пансіонати, санаторії
- B. Будинки відпочинку, будинки та мебльовані квартири
- C. Мотелі, ботелі, флотелі
- D. Готелі для масового туризму, гуртожитки для молоді

5.4.15. Які страви подають на діловому (робочому) сніданку:

- A. Одну холодну закуску, одну гарячу закуску та одну гарячу другу страву
- B. Одну холодну закуску, десерт
- C. Гарячу другу страву, борошняні кондитерські вироби
- D. Омлет, солодку страву

5.4.16. Який сніданок організують в готелі з 10.00 до 11.00 години:

- A. Англійський
- B. Американський
- C. Сніданок із шампанським
- D. Континентальний

5.4.17. До якого класу послуг за міжнародними правилами належать послуги спальних вагонів потягів

- A. розміщення
- B. перевезення
- C. харчування
- D. оздоровлення

5.4.18. До якого моменту туристична послуга характеризується її затрудненим сприйняттям

- A. замовлення
- B. купівля
- C. споживання
- D. виробництво

5.4.19. За яких умов зміни організаційної системи підприємства виробництво туристичних послуг стає ефективнішим

- A. деструктуризація
- B. реструктуризація

C. делімітація

D. демаркація

5.4.20. *Ключовим елементом визначення профілю роботи туроператора є*

A. ємність ринку

B. фінансові можливості

C. цінова стратегія

D. домінуючі напрямки

5.4.21. *Комерційний діловий захід з просування на ринку туристичного продукту*

A. туристичний форум

B. туристична виставка

C. туристична конференція

D. туристична експедиція

5.4.22. *Купівля оператором блоку місць у готелю на умовах елотменту передбачає оплату номерів*

A. туристами при заїзді

B. агентами при заїзді

C. оператором після заїзду

D. оператором перед заїздом

5.4.23. *Назва професійної асоціації авіакомпаній, що здійснюють міжнародні рейси*

A. WTO

B. NATO

C. IATA

D. ICAO

5.4.24. *Основною функцією туристичного оператора по відношенню до туристичного агента є ...*

A. управління

B. інформування

C. регулювання

D. сегментування

5.4.25. *Основою договору між туристичним оператором і туристичним агентом є робота на умовах*

A. прибутків

B. податків

C. зарплати

D. комісії

5.4.26. *Головний показник якості надання туристичних послуг – це:*

A. конкурентоздатність підприємства

B. рівень задоволеності споживача

C. прибуток

D. усі відповіді вірні

5.4.27. *Документ, в якому регламентовано конкретні заходи в галузі якості, ресурси і послідовність діяльності стосовно конкретної продукції, проекту чи контракту, - це:*

- A. програма якості
- B. сертифікат якості
- C. протокол якості
- D. стандарт якості

5.4.28. *З метою дослідження якості туристичних послуг застосовують модель:*

- A. ISO-2000
- B. ISO-9000
- C. SERVQUAL
- D. HACCP

5.4.29. *На думку фахівців Дж. Бовен і С. Шумаєр, скільки видів користі необхідно запропонувати клієнтам туристичної галузі, щоб здобути їхню лояльність:*

- A. 7
- B. 3
- C. 5
- D. 12

5.4.30. *Туристичні послуги слугують для задоволення:*

- A. матеріальних і нематеріальних (духовних) потреб людини
- B. матеріальних потреб туристичних організацій
- C. соціально-психологічних потреб людини
- D. розвитку економіки країни

5.4.31. *Критерієм якісного обслуговування є:*

- A. форма і зміст стандартів
- B. кількість ратифікованих міжнародних стандартів
- C. кількість підприємств, що надають одноманітні послуги
- D. професіоналізм персоналу

5.4.32. *На яких етапах життєвого циклу відбувається управління якістю продукції:*

- A. реалізація і споживання
- B. виробництво та реалізація
- C. проектування і виробництво
- D. на всіх стадіях

5.4.33. *Основним документом, що визначає взаємовідносини між адміністрацією, персоналом готельного підприємства і споживачами є:*

- A. правила надання готельних послуг
- B. міжнародні стандарти
- C. закону України «Про захист прав споживачів»

D. ISO 9000

5.4.34. Які загальні принципи управління якістю може застосовувати керівництво, щоб поліпшувати показники діяльності туристичної організації:

A. лідерство, залучення працівників, процесний підхід, системний підхід до управління, постійне поліпшування

B. орієнтація на замовника, залучення працівників, системний підхід до управління, постійне поліпшування, взаємовигідні стосунки з постачальниками

C. лідерство, залучення працівників за спеціальністю, системний підхід до управління, постійне поліпшування якості, взаємовигідні стосунки з потенційними клієнтами

D. орієнтація на замовника, лідерство, залучення працівників, процесний підхід, системний підхід до управління, постійне поліпшування, прийняття рішень на підставі фактів, взаємовигідні стосунки з постачальниками

5.4.35. Якість обслуговування – це:

A. комплексна категорія, один з найважливіших показників ефективності функціонування готельних підприємств, об'єкт аналізу, планування і управління

B. об'єкт аналізу, планування і управління

C. один з найважливіших показників ефективності функціонування готельних підприємств

D. ступінь задоволення споживачів та клієнтів

5.4.36. Особа, як володіє або управляє закладом тимчасового розміщення і пропонує туристам послуги гостинності

A. готельєр

B. готельмен

C. готельщик

D. готеляр

5.4.37. Певний календарний період, під час якого спостерігається стійке підвищення туристичного попиту

A. туристичний сезон

B. туристична пора

C. туристичний квартал

D. туристичний час

5.4.38. Певний набір інформаційних даних, уявлень та суджень у туристів про певну туристичну дестинацію або туристичну фірму

A. туристична атракція

B. туристична марка

C. туристичний бренд

D. туристичний імідж

5.4.39. Система взаємовідносин у процесі задоволення потреб населення у послугах, пов'язаних з туризмом і організованим дозвіллям

A. туристична система

B. туристичний комунікатор

С. туристичний кластер

Д. туристичний ринок

5.4.40. Який цикл роботи туроператора ґрунтується на організації турпоїздки і наданні турпослуг

А. проектування туру

В. планування туру

С. просування туру

Д. реалізація туру

5.4.41. Який цикл роботи туроператора ґрунтується на продажі турів через агентську мережу

А. реалізація туру

В. збут туру

С. просування туру

Д. планування туру

5.4.42. Яким повинен бути турист згідно правил ВТО по відношенню до культури і звичаїв місцевого населення

А. лояльним

В. експресивним

С. конс'юмерним

Д. делікатним

5.4.43. Яким суб'єктивним поняттям можна трактувати послуги туроператора при задоволенні різних потреб туристів

А. сприяння

В. обмеження

С. надання

Д. розширення

5.4.44. Якому типу конкурентів туроператора характерні багатoproфільність роботи і масовість пропонованих турпослуг

А. комутанти

В. пацієнти

С. віоленти

Д. стратигенти

5.4.45. Якому типу конкурентів туроператора характерний вузькоспеціалізований профіль діяльності

А. комутанти

В. пацієнти

С. віоленти

Д. стратигенти

5.4.46. Якому типу конкурентів туроператора характерні ринкова гнучкість і адаптивність

А. комутанти

В. пацієнти

- C. віоленти
- D. стратигенти

5.4.47. Яку угоду передбачає договір між турфірмою і авіакомпанією щодо використання літака за замовленням

- A. трансферна
- B. транспортна
- C. туристична
- D. чартерна

5.4.48. Який тип турагентської мережі передбачає функціонування субагентської складової

- A. пряма
- B. презентативна
- C. суміщена
- D. дворівнева

5.4.49. Який тип туроперейтингу передбачає організацію внутрішніх туристичних подорожей для громадян своєї країни

- A. аутгоїнг
- B. інкамінг
- C. інсайдінг
- D. рітейлінг

5.4.50. Який тип туроперейтингу передбачає організацію туристичних подорожей для громадян своєї країни за кордон

- A. аутгоїнг
- B. інкамінг
- C. інсайдінг
- D. рітейлінг

5.4.51. Який тип туроперейтингу передбачає організацію туристичних подорожей для громадян іншої країни по своїй країні

- A. аутгоїнг
- B. інкамінг
- C. інсайдінг
- D. рітейлінг

5.4.52. Який фактор є головним стримуючим при організації туристичних авто турів

- A. масовість
- B. сезонність
- C. дороговизна
- D. дешевизна

5.4.53. Який фактор підвищення ефективності туристичного сервісу є об'єктивним

- A. побутові звичаї населення
- B. фізіологія людини

C. рівень освіти туриста

D. вік і стать туриста

5.4.54. Який фактор розвитку туристичного господарства не можна вважати інтенсивним

A. кількість працівників

B. освіта працівників

C. обладнання працівників

D. зарплата працівників

5.4.55. Технологія створення та просування певного емоційно-візуального образу туристичної фірми або дестинації

A. туристичний маркетинг

B. туристичний брендінг

C. туристична політика

D. туристична кампанія

5.4.56. Транспортні компанії і туроператор для здійснення туристичного обслуговування підписують

A. Концепцію

B. Трансфер

C. Угоду

D. Ваучер

5.4.57. Туристичні потреби розвиваються у відповідності до закону

A. збільшення потреб

B. зниження потреб

C. зменшення потреб

D. скорочення потреб

5.4.58. Туристична послуга характеризується нерозривністю процесу її

...

A. виробництва і просування

B. виробництва і реалізації

C. виробництва і споживання

D. виробництва і проектування

5.4.59. Туристична послуга характеризується певним життєвим циклом і піддається ...

A. плануванню

B. збереженню

C. сподіванню

D. спотворенню

5.4.60. Туристичне підприємство - це самостійний господарський статутний суб'єкт, який може мати статус ...

A. соціальної особи

B. фізичної особи

C. правової особи

D. туристичної особи

5.4.61. *Туристичне підприємство, що займається посередницькою діяльністю у реалізації туристичного продукту*

- A. туристичний агент
- B. туристичний салон
- C. туристичний мультиплікатор
- D. туристичний концерн

5.4.62. *Туристичне підприємство, що займається проектуванням і розробкою туристичного продукту*

- A. туристичний оператор
- B. туристична агенція
- C. туристичне бюро
- D. туристична фірма

5.4.63. *Фізична або юридична особа, що є учасником туристичного процесу у сервісному контексті*

- A. туристичний суб'єкт
- B. туристичний об'єкт
- C. туристичний агент
- D. туристичний дистриб'ютор

5.4.64. *Чим виражається специфіка туристичної послуги у контексті її купівлі та споживання*

- A. розривом у часі
- B. розривом у просторі
- C. поєднанням у часі
- D. поєднанням у просторі

5.4.65. *Чим характеризується простір виробництва, реалізації і споживання туристичної послуги*

- A. дискретністю
- B. конкретністю
- C. єдністю
- D. собівартістю

5.4.66. *Що є метою стандартизації нормативного забезпечення туристичного обслуговування*

- A. якість послуг
- B. кількість послуг
- C. планування послуг
- D. доступність послуг

5.4.67. *Що є об'єктом гарантування туроператора під час туристичного подорожування*

- A. безпека туриста
- B. харчування туриста
- C. дозвілля туриста

D. враження туриста

5.4.68. *Що є основою просування туристичного продукту на сучасному українському ринку туристичних послуг*

A. туристична література

B. туристична реклама

C. туристична освіта

D. туристична політика

5.4.69. *Що передбачає так званий фам-тур, організований туроператором*

A. зарубіжний туризм

B. місцевий туризм

C. внутрішній туризм

D. іноземний туризм

5.4.70. *Як називається група туроператорських стратегій, що передбачає диверсифікацію, реструктуризацію або рекапіталізацію діяльності*

A. маркетингові стратегії

B. конкурентні стратегії

C. корпоративні стратегії

D. менеджерські стратегії

5.4.71. *Як називається група туроператорських стратегій, що передбачає мінімізацію затрат, диференціацію та фокусування на туристичному ринку*

A. менеджерські стратегії

B. стратегії ціноутворення

C. маркетингові стратегії

D. конкурентні стратегії

5.4.72. *Як називається група туроператорських стратегій, що передбачає підкорення ринку, швидке або повільне проникнення на нього*

A. конкурентні стратегії

B. корпоративні стратегії

C. менеджерські стратегії

D. стратегії ціноутворення

5.4.73. *Ємність туристичного ринку регіону визначається здатністю поглинути певний об'єм ...*

A. туристичних ресурсів

B. туристичного продукту

C. туристичних путівок

D. туристичних інновацій

5.4.74. *Агентська угода між турфірмою і авіакомпанією зазвичай передбачає*

A. викуп квитків

В. реалізацію квитків

С. оренду літака

Д. купівлю літака

5.4.75. *Активний засіб здійснення маркетингової політики туристичної фірми по просуванню туристичного продукту*

А. туристичний імідж

В. туристична реклама

С. туристичний брендінг

Д. туристична виставка

5.4.76. *Базовий комплекс послуг масового характеру, що надаються під час подорожі за індивідуальним або груповим планом*

А. туристичний пакет

В. туристичний продукт

С. туристичний маршрут

Д. туристичний транспорт

5.4.77. *В Україні розрізняють такі види сертифікації:*

А. обов'язкову й добровільну

В. міжнародну та національну

С. комерційну та державну

Д. безкоштовну та з оплатою

5.4.78. *Генеральний план дій, що визначає пріоритети стратегічних цілей в обслуговуванні, досягнення яких служить формуванню позитивного іміджу туристичної фірми, постійної клієнтури і стійкої фінансової позиції на ринку це:*

А. стратегія обслуговування

В. стратегія керування

С. стратегія регулювання

Д. стратегія забезпечення

5.4.79. *Етапом контролю якості готельних послуг є:*

А. порівняння отриманих даних про якість з вимогами законодавства

В. надання послуг

С. збір даних про якість

Д. аналіз даних про якість

5.4.80. *Одна з основних цілей державного регулювання туристичної діяльності – це:*

А. забезпечення права громадян на відпочинок, свободу пересування інших прав під час здійснення подорожей

В. контролююча за дотриманням вітчизняного та зміднародного законодавства в галузі туризму

С. розробка програми підвищення якості туристичної галузі

Д. отримання прибутку

5.4.81. *Періодичний контроль за якістю надання готельних і ресторанних послуг (відповідно до плану проведення контролю якості на підприємстві) називається:*

- A. вибіркоvim
- B. періодичним
- C. контрольним
- D. арбітражним

5.4.82. *Суб'єкти туристичної діяльності, які надають готельні послуги це:*

- A. суб'єкти сертифікації
- B. об'єкт сертифікації
- C. готелі, мотелі, готельні комплекси
- D. ресторани при готелях

5.4.83. *Сукупність дій і процедур, проведених з метою підтвердження того, що продукт або послуга відповідають певним стандартам чи технічним умовам це:*

- A. сертифікація
- B. кваліметрія
- C. оцінювання відповідності
- D. стандартизація

5.4.84. *Що включає якість як об'єкт управління:*

- A. якість продукції та процесів
- B. якість процесу
- C. якість системи
- D. якість продукції, процесів і системи

5.4.85. *Як називається принцип теорії управління якістю продукції та послуг, коли підприємство виконує всі потреби та вимоги замовників та прагне до перевищення їхніх очікувань:*

- A. системний підхід до управління
- B. лідерство
- C. постійне поліпшення
- D. орієнтація на замовника

5.4.86. *Які показники характеризують системи «людина-виріб», «людина-робоче місце», «людина-машина» і враховують комплекс гігієнічних, антропометричних, фізіологічних і психологічних властивостей людини:*

- A. ергономічні
- B. економічні
- C. психо-фізіологічні
- D. естетичні

5.4.87. *Матеріальний елемент готельних послуг становить:*

- A. номерний фонд
- B. товарноматеріальні ресурси

С. технологія надання послуг

Д. усі відповіді вірні

5.4.88. *Споживчий нематеріальний продукт, який виробляється в результаті людської діяльності (дій) унаслідок впливу на структуру визначеного об'єкта (людини або матеріального предмета) з метою задоволення потреб споживача:*

А. товар

В. послуга

С. продукція

Д. компетентність

5.4.89. *Які загальні принципи управління якістю може застосовувати керівництво, щоб поліпшувати показники діяльності організації:*

А. орієнтація на замовника, лідерство, залучення працівників, процесний підхід, системний підхід до управління, постійне поліпшування, прийняття рішень на підставі фактів, взаємовигідні стосунки з постачальниками

В. орієнтація на замовника, залучення працівників, системний підхід до управління, постійне поліпшування, взаємовигідні стосунки з постачальниками

С. лідерство, залучення працівників за спеціальністю, системний підхід до управління, постійне поліпшування якості, взаємовигідні стосунки з потенційними клієнтами

Д. лідерство, залучення працівників, процесний підхід, системний підхід до управління, постійне поліпшування

5.4.90. *Який вид залізничного сполучення використовується найбільш інтенсивно у туристичному сервісі*

А. швидкісне

В. приміське

С. нічне

Д. регіональне

5.4.91. *Який вид оренди передбачає бербоут-чартер при експлуатації кораблів у їх судновласників*

А. короткотривалу

В. довготривалу

С. постійну

Д. разову

5.4.92. *Який вид природних ресурсів є найменш важливим для розвитку туристичної індустрії*

А. агрокліматичні

В. лісові

С. водні

Д. паливні

5.4.93. *Який географічний фактор є найбільш впливовим на коливання рівня туристичного попиту*

- A. сезонність діяльності
- B. ресурсна забезпеченість
- C. транзитність території
- D. галузева диференціація

5.4.94. Який елемент не входить до окремої статті витрат при проектування кінцевої вартості турпродукту

- A. оплата праці
- B. реклама
- C. юридичний супровід
- D. податки

5.4.95. Який особливий імміграційний режим мають пасажери круїзних теплоходів при відвідуванні зарубіжних портів

- A. валютний
- B. санітарний
- C. митний
- D. візовий

5.4.96. Який принцип сегментування туристичного ринку здійснюється на підставі аналізу уподобань конкретних напрямів подорожування

- A. географічний
- B. економічний
- C. демографічний
- D. мотиваційний

5.4.97. Який принцип сегментування туристичного ринку передбачає аналіз потенціалу задоволення різних рекреаційних потреб туристів

- A. географічний
- B. економічний
- C. демографічний
- D. мотиваційний

5.4.98. Який принцип сегментування туристичного ринку передбачає аналіз рівня доходів і потенційних витрат різних груп споживачів

- A. географічний
- B. економічний
- C. соціальний
- D. мотиваційний

5.4.99. Який принцип сегментування туристичного ринку передбачає розподіл споживачів за різними статевовіковими групами

- A. географічний
- B. економічний
- C. демографічний
- D. мотиваційний

5.4.100. Який структурний підрозділ туроператора найчастіше є найбільш великим за кількістю співробітників

- A. работа з агентами
- B. аналітичний
- C. маркетинговий
- D. адміністративний