

TEST: 2526#01#Y15#01 (500 TEST)

Test	2526#01#Y15#01 (500 test)
Fənn	2526 - Firmanın inkişaf strategiyası
Təsviri	[Təsviri]
Müəllif	Rəhmani F.P.
Testlərin vaxtı	80 dəqiqə
Suala vaxt	0 Saniyə
Növ	İmtahan
Maksimal faiz	500
Keçid balı	170 (34 %)
Suallardan	500
Bölmələr	36
Bölmələri qarışdırmaq	☒
Köçürməyə qadağa	☒
Ancaq irəli	☐
Son variant	☐

BÖLMƏ: 0101

Ad	0101
Suallardan	16
Maksimal faiz	16
Sualları qarışdırmaq	☒
Suallar təqdim etmək	2 %

Sual: Bazar iqtisadi sistemində müəssisənin (firmanın) üzərinə düşən başlıca funksiya hansıdır? (Çəki: 1)

- ☒ istehsal funksiyası;
- ☐ satış funksiyası;
- ☐ istehlak funksiyası;
- ☐ bölgü funksiyası;
- ☐ bunların hamısı.

Sual: İstehsal amillərindən (iqtisadi resurslardan) hansı təşkilətmə (birləşdirici) funksiyasını həyata keçirir? (Çəki: 1)

- ☐ kapital;

- ☐ iş qüvvəsi (əmək);
 - ☐ torpaq;
 - ☒ sahibkarlıq qabiliyyəti;
 - ☐ informasiya.
-

Sual: Sahibkarlıq fəaliyyətinin formaları hansılardır? (Çəki: 1)

- ☐ Firma, şirkət, səhmdar cəmiyyəti, konsorsium, assosiasiya, trest, idarə;
 - ☒ fiziki şəxs sahibkar və hüquqi şəxs
 - ☐ təsərrüfat ortaqlıqları, təsərrüfat cəmiyyətləri, əlavə məsuliyyətli cəmiyyətlər, kooperativlər;
 - ☐ fərdi (ailə) müəssisələri, məhdud məsuliyyətli müəssisələr, tam ortaqlıqlar, kommandit ortaqlıqlar, açıq və qapalı tipli səhmdar cəmiyyətləri;
 - ☐ tək təsisçili (fərdi) müəssisələr, ortaqlıqlar, cəmiyyətlər.
-

Sual: Aşağıdakılardan hansı firmada idarəetmənin obyektinə ola bilər? (Çəki: 1)

- ☐ firmanın maddi və maliyyə resursları;
 - ☐ firmanın bazar mövqeyi;
 - ☐ əmək məhsuldarlığı;
 - ☐ yeniliklərin tətbiqi;
 - ☒ bunların hamısı.
-

Sual: Əhatə müddəti baxımından qərarların aşağıdakı növləri var: (Çəki: 1)

- ☐ strateji, cari və operativ;
 - ☒ qısamüddətli, ortamüddətli və uzunmüddətli;
 - ☐ satınalma, istehsal, satış və maliyyələşdirmə;
 - ☐ investisiya, mənfəətin istifadəsi, mənfəətin bölüşdürülməsi və dividendin ödənilməsi;
 - ☐ nizamnamə, idarəetmə, tənzimləmə və nəzarət.
-

Sual: Firmanın fəaliyyət mühiti: (Çəki: 1)

- ☐ sabitdir;
 - ☒ dəyişkəndir ;
 - ☐ statikdir;
 - ☐ fasiləsiz prosesdir;
 - ☐ qeyri-müəyyəndir.
-

Sual: Firmanın inkişaf strategiyası nə qədər müddət üçün işlənir? (Çəki: 1)

- ☐ 1 ilədək;
 - ☐ 3 ilədək;
 - ☐ 5 ilədək;
 - ☐ 5-10 il üçün;
 - ☒ qarşıya qoyulan məqsədin reallaşdırılması dövrü üçün
-

Sual: Aşağıdakılardan hansı istehsalın təşkili amilləri hesab olunan iqtisadi resursların sırasına aid deyil? (Çəki: 1)

- ☐ iş qüvvəsi

- ☐ kapital
 - ☐ torpaq
 - ☐ sahibkarlıq qabiliyyəti
 - ☒ vaxt
-

Sual: Bazar iqtisadiyyatı şəraitində kommersiya firmalarının yaradılmasının əsas məqsədi nədir? (Çəki: 1)

- ☐ ictimai tələbat duyulan məhsul istehsal etmək
 - ☐ istehlakçıların dəyişən tələbatlarını dolğun ödəmək
 - ☐ bazara keyfiyyətli məhsul çıxartmaq
 - ☒ mənfəət (gəlir) götürmək
 - ☐ yenilikləri tətbiq etmək
-

Sual: "İqtisadi resursların bazar dövriyyəsi modeli"ndə aşağıdakılardan hansı iştirak etmir? (Çəki: 1)

- ☐ ev təsərrüfatları
 - ☐ istehsal amilləri bazarı
 - ☐ firmalar
 - ☒ daxili və xarici mühit
 - ☐ istehlak malları (xidmətləri) bazarı
-

Sual: "Mənfəət əldə etmək" firma üçün nədir? (Çəki: 1)

- ☒ məqsəddir
 - ☐ vəzifədir
 - ☐ öhdəlikdir
 - ☐ funksiyadır
 - ☐ səlahiyyətdir
-

Sual: Ümumi halda müəssisə və ya firmaların yaradılması formalarının sayı neçədir? (Çəki: 1)

- ☐ 1
 - ☐ 2
 - ☒ 3
 - ☐ 4
 - ☐ 5
-

Sual: Aşağıdakılardan hansı firma üçün xüsusi önəm daşımaya bilər? (Çəki: 1)

- ☐ mənfəətlilik
 - ☐ səmərəlilik
 - ☐ məhsuldarlıq
 - ☐ rəqabətqabiliyyətlilik
 - ☒ fasiləsizlik
-

Sual: Aşağıdakılardan hansı firmanın inkişafına strateji yanaşmanı vacib edən amil hesab edilmir? (Çəki: 1)

- ☐ xarici mühitdə baş verən dəyişikliklərin nəzərə alınması
- ☐ sahə daxilində rəqabətin kəskinlik dərəcəsi
- ☒ ölkə iqtisadiyyatında işsizliyin artması
- ☐ istehlakçıların tələbatlarının davamlı olaraq dəyişməsi
- ☐ texnoloji istehsal üsullarının dəyişməsi

Sual: “Firmanın inkişaf strategiyası” kursunun aşağıdakı kurslardan hansı ilə birbaşa əlaqəsi yoxdur? (Çəki: 1)

- ☐ iqtisadi nəzəriyyə
- ☐ firmanın iqtisadiyyatı
- ☐ sahə iqtisadiyyatı
- ☒ fiziologiya
- ☐ menecment

Sual: Aşağıdakılardan hansı “Firmanın inkişaf strategiyası” kursunun tədrisi qarşısında duran vəzifə hesab oluna bilməz? (Çəki: 1)

- ☐ firmanın inkişaf strategiyalarının işlənilməsi sahəsində mövcud metodiki yanaşmaların təqdim edilməsi
- ☒ firmaların yaradılması və fəaliyyətinin səmərəli təşkili üsullarının öyrədilməsi
- ☐ firmanın fəaliyyət mühitinin təhlili və qiymətləndirilməsi metodikalarının şərhı
- ☐ firmaların rəqabət və davranış strategiyalarının növləri və tipləri barəsində tələbələrı məlumatlandırmaq
- ☐ firmanın inkişaf strategiyasının işlənilməsi, habelə davamlı strateji idarəetmənin tətbiqi metodlarını göstərmək

Bölmə: 0102

Ad	0102
Suallardan	13
Maksimal faiz	13
Sualları qarışdırmaq	☒
Suallar təqdim etmək	2 %

Sual: Müəssisələrin təşkili formaları hansılardır? (Çəki: 1)

- ☐ Firma, şirkət, səhmdar cəmiyyəti, konsorsium, assosiasiya, trest, idarə;
- ☐ fərdi (ailə) müəssisələri, məhdud məsuliyyətli müəssisələr, tam ortaqlıqlar, kommandit ortaqlıqlar, açıq və qapalı tipli səhmdar cəmiyyətləri;
- ☐ təsərrüfat ortaqlıqları, təsərrüfat cəmiyyətləri, əlavə məsuliyyətli cəmiyyətlər, kooperativlər;
- ☐ fiziki şəxs – sahibkar, hüquqi şəxs, dövlət müəssisələri;
- ☒ tək təsisçili (fərdi) müəssisələr, ortaqlıqlar, cəmiyyətlər.

Sual: Firmanın idarə edilməsi nə deməkdir? (Çəki: 1)

- ☐ İşçilərin fəaliyyətini əlaqələndirməkdir;

- ☐ Firmanın cari və gələcək fəaliyyətinin planlaşdırılmasıdır;
 - ☒ Qarşıya qoyulan məqsədə nail olmaq üçün firmanın fəaliyyətinin məqsədəuyğun şəkildə formalaşdırılmasıdır;
 - ☐ İstehsalın təşkili amillərinin fəaliyyətinə texnoloji tələblərə uyğun təsir göstərməkdir;
 - ☐ Firmanın cari və gələcək fəaliyyətinə sistemli nəzarətin təmin edilməsidir.
-

Sual: Planlaşdırma ierarxiyası baxımından qərarların aşağıdakı növləri var (Çəki: 1)

- ☒ strateji, cari və operativ;
 - ☐ qısamüddətli, ortamüddətli və uzunmüddətli;
 - ☐ satınalma, istehsal, satış və maliyyələşdirmə;
 - ☐ investisiya, mənfəətin istifadəsi, mənfəətin bölüşdürülməsi və dividendin ödənilməsi;
 - ☐ nizamnamə, idarəetmə, tənzimləmə və nəzarət.
-

Sual: Aşağıdakılardan hansı biri biznesdə strateji dəyişikliklər üçün əsas ola bilməz? (Çəki: 1)

- ☐ bazar tələbatlarının dəyişilməsi;
 - ☐ texnoloji yeniliklər (dəyişikliklər);
 - ☐ sahədə rəqabətin dərinləşməsi;
 - ☒ müəssisənin idarəetmə strukturlarının dəyişilməsi;
 - ☐ qloballaşma və beynəlxalq integrasiyanın güclənməsi
-

Sual: Strateji idarəetmənin əsasını nə təşkil edir? (Çəki: 1)

- ☐ cari qərarlar;
 - ☒ strateji qərarlar;
 - ☐ uzunmüddətli qərarlar;
 - ☐ firmanın missiyası;
 - ☐ strateji idarəetmənin üsulları
-

Sual: Firma üçün strateji idarəetmənin əhəmiyyəti nədədir? (Çəki: 1)

- ☒ rəqabət üstünlüyünə nail olunması;
 - ☐ maksimum mənfəətin əldə edilməsi;
 - ☐ məhsulun qiymətinin artırılması;
 - ☐ istehsal xərclərinin azaldılması;
 - ☐ firmanın maliyyə sabitliyinin gücləndirilməsi.
-

Sual: Aşağıdakılardan hansı müəssisənin strateji inkişafının məqsədləri sırasına daxil edilə bilməz? (Çəki: 1)

- ☐ bazar mövqeyinin gücləndirilməsi;
 - ☐ xərclərin minimumlaşdırılması;
 - ☒ sahədə rəqabətin gücləndirilməsi;
 - ☐ texnoloji liderlik;
 - ☐ yeni məhsul bazarlarına çıxış.
-

Sual: Aşağıdakı biliklərdən hansını tələbə "Firmanın inkişaf strategiyası" kursunun tədrisindən əldə edə bilməz? (Çəki: 1)

- ☐ Streteji idarəetmənin mahiyyəti və metodoloji xüsusiyyətləri
 - ☐ Firmaların inkişaf strategiyalarının növləri və tipləri
 - ☒ İqtisadiyyatın inkişaf proqnozlarının işlənməsi üsulları
 - ☐ Firmanın missiya və məqsədlərinin işlənməsinə yanaşmalar
 - ☐ Firmanın inkişaf strategiyasının işlənməsi üsulları
-

Sual: Aşağıdakı fikirlərdən hansı yanlıştır? (Çəki: 1)

- ☒ Sahibkarlıq fəaliyyəti yalnız hüquqi şəxs yaratmaqla həyata keçirilən və məqsədi mənfəət gətürmək olan fəaliyyətdir
 - ☐ Müəssisə təşkil etməklə (iş qurmaqla) gəlir əldə etmək sahibkarlıq fəaliyyəti hesab olunur
 - ☐ Sahibkarlıq fəaliyyəti şəxsin müstəqil və könüllü surətdə həyata keçirdiyi fəaliyyətdir
 - ☐ Sahibkarlıq fəaliyyəti şəxsin əsas məqsədi əmlak istifadəsindən, əmtəə satışından, işlər görülməsindən və ya xidmətlər göstərilməsindən mənfəət gətürülməsi olan fəaliyyətdir
 - ☐ Hüquqi şəxslər bir fiziki və ya hüquqi şəxs tərəfindən, yaxud fiziki və hüquqi şəxslərin toplusu tərəfindən yaradıla bilər, üzvlüyə əsaslanıla bilər
-

Sual: Sahibkarın təsisçilik və ya əmlak məsuliyyətinin forması hansıdır? (Çəki: 1)

- ☐ məhdud məsuliyyət
 - ☐ tam məsuliyyət
 - ☐ əlavə məsuliyyət (subsidiarlıq prinsipi)
 - ☒ bunların hamısı
 - ☐ bunların heç biri
-

Sual: "Hüquqi şəxs xüsusi olaraq yaradılmış elə bir qurumdur ki" fikrini tamamlamaq üçün aşağıda verilmiş fikirlərdən hansı yanlıştır? (Çəki: 1)

- ☐ mülkiyyətində ayrıca əmlakı vardır
 - ☐ öz öhdəlikləri üçün bu əmlakla cavabdehdir
 - ☐ öz adından əmlak və şəxsi qeyri-əmlak hüquqları əldə etmək və həyata keçirmək, vəzifələr daşımaq hüququna malikdir
 - ☐ məhkəmədə iddiaçı və ya cavabdeh olmaq hüququna malikdir
 - ☒ qanunla müəyyənləşdirilən qaydada dövlət qeydiyyatından keçməsi vacib deyil
-

Sual: Kommersiya hüquqi şəxslərinin əsas xarakteristikası hansıdır? (Çəki: 1)

- ☒ fəaliyyətinin əsas məqsədi mənfəət gətürməkdən ibarətdir
 - ☐ fəaliyyətinin əsas məqsədi mənfəət gətürməkdən ibarət deyil
 - ☐ gətürülən mənfəəti iştirakçıları arasında bölüşdürməyən qurumdur
 - ☐ müstəqil balansla malik qurumdur
 - ☐ bir fiziki və ya hüquqi şəxs tərəfindən yaradılan qurumdur
-

Sual: Aşağıdakılardan hansı təsərrüfat cəmiyyətinin forması deyil? (Çəki: 1)

- ☐ məhdud məsuliyyətli müəssisə
- ☐ əlavə məsuliyyətli müəssisə
- ☒ kommandit ortaqlığı
- ☐ açıq tipli səhmdar cəmiyyəti

Bölmə: 0103

Ad	0103
Suallardan	11
Maksimal faiz	11
Sualları qarışdırmaq	☒
Suallar təqdim etmək	1 %

Sual: Aşağıdakı müəyyənliklərdən hansı müəssisənin (firmanın) iqtisadi mahiyyətini daha dolğun əks etdirir? (Çəki: 1)

- ☐ Müəssisə (firma) - mülkiyyət formasından asılı olmayaraq, ictimai tələbatın ödənilməsi və mənfəət əldə edilməsi məqsədi ilə məhsul istehsal edən və satan, xidmətlər göstərən hüquqi şəxs kimi fəaliyyət göstərən müstəqil təsərrüfat subyektidir;
- ☒ Müəssisə (firma) - mənfəət əldə edilməsi məqsədilə ictimai tələbat duyulan mal və xidmətlər istehsalı və satışı üçün təşkil edilmiş istehsal amillərinin məqsədyönlü və davamlı kombinasiyasıdır;
- ☐ Müəssisə (firma) - qanunla qadağan olunmayan istehsal-təsərrüfat fəaliyyətini həyata keçirərək mal və xidmətlər istehsal edərək satmaq yolu ilə gəlir götürən və qanunvericiliyə uyğun olaraq qeydiyyatdan keçmiş müstəqil hüquqi şəxsdir;
- ☐ Müəssisə (firma) – müəyyən mülkiyyətə və hüquqi şəxs statusuna malik, məqsədi mənfəət əldə etmək olan və məhsulun istehsalını və satışını həyata keçirən təşkilati-təsərrüfat vahididir;
- ☐ Müəssisə (firma) – istehsal və xidmət proseslərinin həyata keçirildiyi, mal və xidmətləri satmaqla gəlir əldə edən təsərrüfatçılıq subyektidir.

Sual: “Qərar qəbul etmək” nə deməkdir? (Çəki: 1)

- ☐ problemin həllinin (qarşıya qoyulan məqsədə nail olmağın) bütün mümkün variantlarının müəyyən edilməsidir;
- ☐ firmanın fəaliyyət mühitinin təhlili əsasında problemlərin aşkara çıxarılmasıdır;
- ☐ problemin həllinin (qarşıya qoyulan məqsədə nail olmağın) ən səmərəli variantlarının seçilməsidir;
- ☐ firmanın rəhbərliyinin qarşıdakı dövr üçün fəaliyyət məqsədini müəyyən etmək cəhdidir;
- ☒ qarşıya qoyulan məqsədə nail olmaq üçün konkret fəaliyyət planının icrasına sərəncam verməkdir.

Sual: “Qərar qəbul etmə problemi” nə vaxt meydana çıxır? (Çəki: 1)

- ☐ firmanın üzləşdiyi problemlərin həlli mümkün olmadıqda;
- ☐ qarşıya qoyulan məqsədə nail olmağın dəqiq fəaliyyət istiqaməti belli olduqda;
- ☐ firmanın bazar mövqeyi zəiflədikdə;
- ☒ xarici mühitin müəyyən şəraitində qarşıya qoyulan məqsədə nail olmağın mümkün bir neçə alternativini arasından ən səmərəlisini seçmək zərurəti yarandıqda;
- ☐ firmanın mənfəətinin maksimumlaşdığı, xərclərinin isə minimumlaşdığı zaman.

Sual: Biznesdə strateji dəyişiklikləri zəruri edən nədir? (Çəki: 1)

- ☐ firmanın mülkiyyətçisinin dəyişməsi;
 - ☐ firmada əmək intizamının zəif olması;
 - ☒ firmanın fəaliyyət mühitində davamlı olaraq baş verən dəyişikliklər;
 - ☐ resurslardan istifadənin səmərəliliyinin artırılması istəyi;
 - ☐ işçilərin həyat səviyyəsinin yüksəldilməsi istəyi.
-

Sual: Müəssisənin (firmanın) inkişafının strateji idarə edilməsi zərurəti nədən yaranır? (Çəki: 1)

- ☒ xarici fəaliyyət mühitində baş verən davamlı dəyişikliklərə vaxtında uyğunlaşmaqla özünün rəqabət qabiliyyətliyini yüksəltmək istəyindən;
 - ☐ məhsul istehsalı və satışını genişləndirməklə daha çox mənfəət əldə edilməsi istəyindən;
 - ☐ mənfəətin maksimumlaşdırılması istəyindən;
 - ☐ istehlakçıların tələbatlarını daha dolğun ödəyə bilmək istəyindən;
 - ☐ müəssisələrin fəaliyyətini tənzimləyən qanunvericiliyin tələblərinə daha tam və düzgün əməl edilməsi zəruriliyindən.
-

Sual: Müəssisənin inkişaf strategiyası: (Çəki: 1)

- ☐ uzunmüddətli və perspektiv inkişaf planıdır;
 - ☒ qarşıya qoyulmuş strateji məqsədə nail olmaq üçün idarəetmə alətidir;
 - ☐ müəssisənin cari və perspektiv fəaliyyətinin idarə edilməsi alətidir;
 - ☐ orta müddətli dövr üçün nəzərdə tutulmuş biznes-plandır;
 - ☐ müəssisənin bərqərarlı və ahəngdar işləməsini təmin edən idarəetmə alətidir.
-

Sual: Kommersiya hüquqi şəxsləri hansı şəkildə yaradıla bilər? (Çəki: 1)

- ☒ təsərrüfat ortaqlıqları və təsərrüfat cəmiyyətləri
 - ☐ təsərrüfat ortaqlıqları və kommersiya cəmiyyətləri
 - ☐ kommersiya müəssisələri və qeyri-kommersiya müəssisələri
 - ☐ fərdi cəmiyyətlər və ortaqlıqlar
 - ☐ şərikli, paylı və paylı-şərikli müəssisələr
-

Sual: Təsərrüfat ortaqlılarının formaları hansılardır? (Çəki: 1)

- ☒ tam ortaqlıq və kommandit ortaqlığı
 - ☐ tam ortaqlıq, kommandit ortaqlığı və əlavə məsuliyyətli ortaqlıq
 - ☐ tam ortaqlıq, kommandit ortaqlığı və dövlət-özəl ortaqlığı
 - ☐ tam ortaqlıq, təsərrüfat ortaqlığı və kommandit ortaqlığı
 - ☐ fərdi müəssisə, dövlət müəssisəsi, ailə ortaqlığı
-

Sual: Kommersiya hüquqi şəxsinin mənfəəti kimlər arasında bölünür? (Çəki: 1)

- ☐ dövlətlə firma arasında
- ☒ təsisçilər arasında
- ☐ işçilər arasında
- ☐ təsisçilər və banklar arasında
- ☐ təsisçilər, işçilər və dövlət arasında

Sual: Açıq tipli səhmdar cəmiyyətinin səhmdarı necə məsuliyyət daşıyır? (Çəki: 1)

- ☐ tam məsuliyyət
 - ☒ məhdud məsuliyyət
 - ☐ əlavə məsuliyyət
 - ☐ fərdi məsuliyyət
 - ☐ kollektiv məsuliyyət
-

Sual: Qapalı tipli səhmdar cəmiyyətinin səhmdarı necə məsuliyyət daşıyır? (Çəki: 1)

- ☐ tam məsuliyyət
 - ☒ məhdud məsuliyyət
 - ☐ əlavə məsuliyyət
 - ☐ fərdi məsuliyyət
 - ☐ kollektiv məsuliyyət
-

Bölmə: 0201

Ad	0201
Suallardan	17
Maksimal faiz	17
Sualları qarışdırmaq	☒
Suallar təqdim etmək	2 %

Sual: Bu, firmanın strateji idarə edilməsinin əlamətidir: (Çəki: 1)

- ☒ şirkətin perspektiv rəqabət qabiliyyətliliyinin təmin edilməsi;
 - ☐ şirkətin maliyyə sabitliyi;
 - ☐ şirkətin sabit mənfəət əldə etməsi;
 - ☐ şirkətdə əmək intizamına əməl edilməsi;
 - ☐ şirkətdə işçi axıcılığının olmaması.
-

Sual: Strateji qərar qəbul etmək üçün firmanın rəhbərinin (sahibkarın) hansı qabiliyyətə malik olması zəruridir? (Çəki: 1)

- ☐ sahibkarlıq qabiliyyətinə;
 - ☐ təşkilatçılıq qabiliyyətinə;
 - ☐ idarəetmə qabiliyyətinə;
 - ☐ elmi düşüncə qabiliyyətinə;
 - ☒ strateji düşünmək qabiliyyətinə.
-

Sual: Firmanın inkişaf strategiyası aşağıdakı dəyişiklik istiqamətini əks etdirir: (Çəki: 1)

- ☐ firmanın keçmiş vəziyyəti – firmanın indiki vəziyyəti;
- ☐ firmanın keçmiş vəziyyəti – firmanın gələcək vəziyyəti;
- ☒ firmanın indiki halı – firmanın nail olmaq istədiyi halı;
- ☐ firmanın indiki halı – firmanın daha yüksək gəlirli halı;

- ☐ firmanın indiki halı – bazar mövqeyinin möhkəmlənməsi.
-

Sual: "Strateji menecment - bu, idarəetmədir" fikrini tamamlayın. (Çəki: 1)

- ☐ istiqamətlər üzrə;
 - ☐ proqramlar üzrə;
 - ☐ layihələr üzrə;
 - ☐ vəzifələr üzrə;
 - ☒ nəticələr üzrə
-

Sual: Strateji planlaşdırma: (Çəki: 1)

- ☒ qərarların seçilməsi prosesidir;
 - ☐ məqsədlərin seçilməsi prosesidir;
 - ☐ vəzifələrin seçilməsi prosesidir;
 - ☐ strukturların seçilməsi prosesidir;
 - ☐ bazarların seçilməsi prosesidir.
-

Sual: Strateji planlaşdırma: (Çəki: 1)

- ☐ zamanın funksiyasıdır;
 - ☐ məkanın funksiyasıdır;
 - ☒ istiqamətin (məqsədin) funksiyasıdır;
 - ☐ zaman və məkan funksiyasıdır;
 - ☐ istehsalın funksiyasıdır.
-

Sual: Aşağıdakılardan hansı firmanın inkişaf strategiyasını müəyyən edən amil hesab edilmir? (Çəki: 1)

- ☐ xarici mühit amilləri;
 - ☐ daxili mühit amilləri;
 - ☒ digər sahələrdə rəqabətin dinamikası;
 - ☐ sahədə rəqabət amilləri;
 - ☐ bazar rəqabəti.
-

Sual: Aşağıdakılardan hansı idarəetmənin funksiyası deyil? (Çəki: 1)

- ☐ planlaşdırma
 - ☐ təşkilat
 - ☐ koordinasiya
 - ☒ mərkəzləşdirmə
 - ☐ motivasiya
-

Sual: Aşağıdakılardan hansı idarəetmənin metodudur? (Çəki: 1)

- ☐ inzibati metodlar
 - ☐ iqtisadi metodlar
 - ☐ sosial-psixoloji metodlar
 - ☒ bunların hamısı
 - ☐ bunların heç biri
-

Sual: Aşağıdakılardan hansı idarəetmənin funksiyasıdır? (Çəki: 1)

- ☐ əmək bölgüsü
 - ☐ ixtisaslaşdırma
 - ☐ kooperasiyalaşdırma
 - ☒ nəzarət
 - ☐ kreditləşdirmə
-

Sual: Aşağıdakılardan hansı idarəetmənin funksiyasıdır? (Çəki: 1)

- ☐ qərarvermə
 - ☐ menecment
 - ☒ motivasiya
 - ☐ maddi-texniki təminat
 - ☐ təhlil
-

Sual: Aşağıdakılardan hansı idarəetmənin prinsiplərinə aid deyil? (Çəki: 1)

- ☐ intizam prinsipi;
 - ☒ ahəngdarlıq prinsipi;
 - ☐ qayda prinsipi;
 - ☐ ədalət prinsipi;
 - ☐ istiqamətlərin vəhdəti prinsipi.
-

Sual: Aşağıdakılardan hansı idarəetmənin prinsiplərinə aiddir? (Çəki: 1)

- ☐ avtomatlaşdırma və mexanikləşdirmə prinsipi;
 - ☒ səlahiyyət və məsuliyyət prinsipi;
 - ☐ düzxətlik prinsipi;
 - ☐ ahəngdarlıq prinsipi;
 - ☐ paralellik prinsipi.
-

Sual: Aşağıdakılardan hansı idarəetmənin prinsiplərinə aid deyil? (Çəki: 1)

- ☐ İdarəetmədə əmək bölgüsü;
 - ☐ Demokratiklik;
 - ☐ Ədalət prinsipi;
 - ☐ Təşəbbüskarlıq;
 - ☒ diversifikasiya
-

Sual: Bunlardan hansı idarəetmənin iqtisadi metodunun mexanizminə aid olunmur? (Çəki: 1)

- ☐ gəlir və mənfəət
 - ☐ vergi;
 - ☐ qiymət;
 - ☒ təlimat;
 - ☐ əmək haqqı.
-

Sual: Firmada idarəetmənin funksiyaları hansılardır? (Çəki: 1)

- ☐ istehsal, mübadilə, istehlak
- ☒ planlaşdırma, təşkilətmə, koordinasiya, nəzarət, motivasiya
- ☐ əmək bölgüsü, planlaşdırma, proqnozlaşdırma, uçot və nəzarət
- ☐ inzibati, iqtisadi, sosial-psixoloji
- ☐ xətti, funksional, xətti-funksional, divizional

Sual: İdarəetmənin metodları hansılardır? (Çəki: 1)

- ☒ inzibati, iqtisadi, sosial-psixoloji;
- ☐ inzibati, psixoloji, təşkilatı;
- ☐ iqtisadi, təşkilatı, sosial-psixoloji;
- ☐ maddi-texniki, təşkilatı, iqtisadi;
- ☐ iqtisadi; perspektiv, operativ;

Bölmə: 0202

Ad	0202
Suallardan	15
Maksimal faiz	15
Sualları qarışdırmaq	☒
Suallar təqdim etmək	2 %

Sual: Aşağıdakılardan hansı firmanın strateji idarə edilməsinin əlamətləri sırasına aid edilə bilməz? (Çəki: 1)

- ☐ xarici mühitdə baş verən dəyişikliklərə çevik reaksiya vermək;
- ☐ şirkətdə vaxtlı-vaxtında zəruri təşkilatı dəyişikliklərin edilməsi;
- ☐ şirkətin perspektiv rəqabət qabiliyyətliliyinin təmin edilməsi;
- ☒ əmək intizamına əməl edilməsi və boşdayanmaların aradan qaldırılması;
- ☐ istehlakçıların tələbatlarına istiqamətlənmə.

Sual: Fikri aşağıdakı ifadələrdən biri ilə tamamlayın: “Hər bir strategiya başlayır” (Çəki: 1)

- ☐ maliyyə resurslarından;
- ☒ strateji düşüncədən;
- ☐ strateji planlaşdırmadan;
- ☐ strateji təhlildən;
- ☐ xarici mühitdəki dəyişikliklərdən.

Sual: Firmanın inkişaf strategiyasının işlənilməsinə zəruri edən başlıca amil nədir? (Çəki: 1)

- ☒ dinamik bazar dəyişiklikləri;
- ☐ məhsulun keyfiyyəti;
- ☐ firmanın gəlirlərin dəyişməsi;
- ☐ firmanın mülkiyyətçilərinin dəyişməsi;
- ☐ rentabelliyyənin dəyişməsi.

Sual: Aşağıdakı fikirlərdən hansı doğrudur? (Çəki: 1)

- ☒ Strateji menecmentlə müqayisədə strateji planlaşdırma daha dar anlayışdır;
 - ☐ Strateji planlaşdırma - firmanın məqsədlərinə nail olmaq üçün zəruri olan strategiyaların işlənilməsi üzrə qərar və fəaliyyətlərin kompleksidir;
 - ☐ Strateji planlaşdırma – təşkilati idarəetmə aləti, strateji menecment isə analitik prosesdir;
 - ☐ Strateji planlaşdırma – firmanın strateji fəaliyyətlərinin idarə edilməsi sistemidir;
 - ☐ Strateji menecment - firmanın strateji fəaliyyətlərinin idarə edilməsi sistemidir.
-

Sual: Strateji planlaşdırma: (Çəki: 1)

- ☐ uzunmüddətli planlaşdırma;dir;
 - ☐ ortamüddətli planlaşdırma;dir;
 - ☐ qısamüddətli planlaşdırma;dir;
 - ☒ qarşıya qoyulan strateji məqsədə nail olma üsul və vasitələrini əks etdirən müddətli planlaşdırma;dir;
 - ☐ qarşıya qoyulan strateji məqsədə nail olma üsul və vasitələrini əks etdirən müddətsiz planlaşdırma;dir .
-

Sual: Firmanın inkişaf strategiyasının formalaşmasına təsir göstərən amillər necə qruplaşdırılır? (Çəki: 1)

- ☒ xarici mühit amilləri və daxili mühit amilləri;
 - ☐ bazar amilləri, idarəetmə amilləri, siyasi amillər;
 - ☐ məhsul, texnologiya, sahə, sahə daxilində müəssisənin mövqeyi və bazar;
 - ☐ dayandırılmalı biznes, davam etdiriləli biznes və yeni başlanılmalı biznes;
 - ☐ iqtisadi amillər, siyasi amillər, hüquqi amillər, texnoloji amillər, sosial-mədəni amillər, coğrafi amillər və beynəlxalq amillər.
-

Sual: Strategiyanın müəyənləşdirilməsi zamanı firmanın rəhbərliyinin qarşılaşdığı 3 başlıca sual hansıdır? 1) Biz indi haradayıq? 2) Hansı işi (biznesi) dayandırmalıyıq? 3) Hansı işi (biznesi) davam etdirməliyik? 4) Nəyə nail olmaq istəyirik? 5) Buna necə nail ola bilərik? 6) Nəticələri necə izləyə bilərik? 7) Hansı işə (biznesə) keçməliyik? 8) İşləri hansı ardıcılıqla yerinə yetirməliyik? (Çəki: 1)

- ☐ 1, 4 və 5 ;
 - ☐ 2, 3 və 4;
 - ☒ 2, 3 və 7;
 - ☐ 4, 5 və 6;
 - ☐ 4, 5 və 8.
-

Sual: Firmalarda idarəetmənin təşkilati quruluşları arasında daha geniş yayılmışı hansıdır? (Çəki: 1)

- ☐ xətti
 - ☐ funksional
 - ☒ xətti-funksional
 - ☐ matris sxemi
 - ☐ məqsədli-proqram
-

Sual: Aşağıdakılardan hansı firmanın idrə edilməsinin təşkilati quruluşları sırasına aiddir? (Çəki: 1)

- ☒ divizional
 - ☐ ierarxiya
 - ☐ mərkəzləşdirilmiş
 - ☐ diversifikasiyalı
 - ☐ ixtisaslaşmış
-

Sual: Aşağıdakılardan hansı firmanın idrə edilməsinin təşkilati quruluşları sırasına aiddir? (Çəki: 1)

- ☐ xətti
 - ☐ funksional
 - ☐ xətti-funksional
 - ☐ xətti-funksional
 - ☒ xətti-dəyər
-

Sual: Aşağıdakılardan hansı planlaşdırmanın mərhələsi hesab olunur? (Çəki: 1)

- ☐ matris sxemi;
 - ☐ koordinasiya;
 - ☐ Təşəbbüskarlıq;
 - ☒ məqsədlərin müəyyən edilməsi;
 - ☐ lisenziyalaşdırma.
-

Sual: İdarəetmə sistemi: (Çəki: 1)

- ☐ idarəetmə subyekti ilə idarə olunan obyektin məcmusudur;
 - ☐ idarəetmə qərarlarının və idarəetmə kadrlarının məcmusudur;
 - ☐ idarəetmənin strukturu, idarəetmə qərarlarının, idarəetmə kadrlarının məcmusudur;
 - ☐ idarəetmə məqsədlərinin, idarəetmədə istifadə olunan texnikanın, idarəetmə qərarlarının məcmusudur;
 - ☒ idarəetmə məqsədlərinin, idarəetmənin strukturu, forma və metodlarının məcmusudur.
-

Sual: İdarəetmədə qaşıya qoyulan məqsədlər hansı tələbə cavab verməyə bilər? (Çəki: 1)

- ☐ məqsədlərin uzlaşması, vəhdətdə olması və bir-birinə zidd olması;
 - ☐ real olması (yerinə yetirilməsinin mümkün olması);
 - ☒ təhcizatçıların mənafeyinə tabe olması;
 - ☐ icraçılar üçün aydın olması;
 - ☐ çevik olması.
-

Sual: Bunlardan hansı müəssisənin idarəetmə mexanizminə aid olunmur? (Çəki: 1)

- ☐ idarəetmə prinsipləri və funksiyaları;
- ☐ idarəetmənin funksional quruluşu;
- ☒ istehsal fəaliyyətinin lisenziyalaşdırılması;

- ☐ iqtisadi və hüquqi qanunlar və məhdudiyyətlər;
- ☐ məlumatlar və onların işlənmə üsulları.

Sual: Aşağıdakılardan hansı idarəetmənin inzibati metodun təsir vasitələrinə aid edilmir? (Çəki: 1)

- ☐ göstərişlər;
- ☒ əxlaq normaları;
- ☐ qayda;
- ☐ normativlər;
- ☐ qərar.

Bölmə: 0203

Ad	0203
Suallardan	13
Maksimal faiz	13
Sualları qarışdırmaq	☒
Suallar təqdim etmək	1 %

Sual: Firmanın inkişaf strategiyası: (Çəki: 1)

- ☒ qarşıya qoyulan məqsədə (nəticəyə) nail olmaq üçün firmanın başlıca fəaliyyət istiqamətini – dəyişikliklər vektorunu əks etdirir;
- ☐ detallaşdırılmış perspektiv fəaliyyət planıdır;
- ☐ perspektiv üçün firmanın fəaliyyət məqsədidir;
- ☐ qarşıdakı dövrdə firmanın məqsəd və hədəflərinin əsaslandırılmasını əks etdirir;
- ☐ firmanın fəaliyyət mühitində baş verən dəyişikliklərə uyğun onun fəaliyyət planıdır.

Sual: Strateji qərarlar hansı əlamətlərlə xarakterizə olunur? 1. təbiəti etibarlı ilə innovasiyadır; 2. vəzifələrin həllinə yönəlikdir; 3. təbiəti etibarlı ilə qeyri-müəyyəndir; 4. təbiəti etibarlı ilə subyektivdir; 5. təbiəti etibarlı ilə obyektivdir. (Çəki: 1)

- ☐ 3, 4, və 5;
- ☒ 1, 3 və 4 ;
- ☐ 1, 2 və 3;
- ☐ 1, 3 və 5;
- ☐ 1, 2 və 5.

Sual: Aşağıdakılardan hansı “strateji planlaşdırma” anlayışına uyğundur? (Çəki: 1)

- ☐ Bu, təsərrüfat bölmələrinin uzunmüddətli rəqabət üstünlüklərini təmin edən strategiyadır;
- ☒ Bu, müəyyən zaman müddətinə strateji plan formasında konkretləşdirilməklə firmanın strategiyalarının işlənilməsi prosesidir;
- ☐ Bu, firmanın məqsədlərinə nail olmaq üçün zəruri olan strategiyaların işlənilməsi üzrə qərar və fəaliyyətlərin kompleksidir;
- ☐ Bu, qarşıdakı dövrdə firmanın sifarişlər portfelinə uyğun olaraq məhsul istehsalı və

- satışını zaman və məkan baxımından sistemləşdirən fəaliyyətlər toplusudur;
- ☐ Bu, firmanın uzunmüddətli dövrdə fəaliyyətlərinin planlaşdırılması prosesidir.
-

Sual: Aşağıdakılardan hansı strateji planlaşdırmanın səciyyəvi xüsusiyyəti hesab edilə bilməz? (Çəki: 1)

- ☐ firmanın inkişafı ilə bağlı qlobal ideyaların araşdırılmasına əsaslanır;
 - ☐ firma ilə bağlı istənilən digər növ planlaşdırmalar üçün baza rolunda çıxış edir;
 - ☐ qarşıya qoyulan məqsədə (nəticəyə) nail olmağın alternativ variantlarını nəzərdən keçirir;
 - ☐ firmanın fəaliyyətinin xarici və daxili mühitinin öyrənilməsini şərtləndirir;
 - ☒ uzunmüddətli istehsal proqramının illər, rüblər və bölmələr üzrə bölünməsini təmin edir.
-

Sual: Aşağıdakı əlamətlərdən hansılar üzrə strateji plan digər növ planlardan fərqlənir? 1. Strukturuna görə; 2. Dəqiqlik dərəcəsinə görə; 3. Həcminə görə; 4. Əhatə dövrünə görə; 5. Məzmununa görə; 6. İfadə tərzinə görə; 7. Məqsədinə görə. (Çəki: 1)

- ☐ 1, 2, 3, 4 və 5;
 - ☐ 1, 3, 4, 6 və 7;
 - ☐ 1, 2, 3, 6 və 7;
 - ☒ 1, 2, 4, 5 və 7;
 - ☐ 3, 4, 5 və 7.
-

Sual: Aşağıdakılardan hansı firmanın inkişaf strategiyasının predmetini təşkil edir? (Çəki: 1)

- ☐ firmanın məqsədi ilə bağlı problemlər – məqsədlərin, resursların və nəticələrin qarşılıqlı əlaqəsini təmin etmək yolu ilə firmanın fəaliyyətinin effektivliyinin yüksəldilməsinə və firmanın məqsədlərinə maneə yaradan problemlər;
 - ☐ təşkilati problemlər – qarşıya qoyulan məqsədə nail olmaq üçün zəruri olan, lakin hazırda təşkilatda olmayan yaxud kifayət qədər olmayan təşkilati elementlər;
 - ☐ xarici amillərlə bağlı problemlər;
 - ☒ bunların hamısı;
 - ☐ bunların heç birisi.
-

Sual: İdarəetmə sistemi nədir? (Çəki: 1)

- ☐ idarəetmə məqsədlərinin məcmusu, investisiya qoyuluşu prosesidir;
 - ☐ idarəetmə metodları və funksiyalarının məjmusu, istehsalın təşkili prinsipləridir;
 - ☒ idarəetmə məqsədlərinin, idarəetmənin strukturu, forma və metodlarının məcmusudur;
 - ☐ müəssisədə idarəetmənin təşkilati quruluşunu xarakterizə edir, kadrların tərkibini göstərir;
 - ☐ idarə aparatında çalışan işçilərin məcmusudur.
-

Sual: Müəssisədə idarə etmə mexanizminin hansı təşkilati quruluşunda idarəetməni bütünlükdə müəyyən kollektivə başçılıq edən xətti rəhbərlər həyata keçirir, onlara isə ayrı-ayrı qərarları hazırlayarkən ixtisaslaşmış funksional aparat kömək edir? (Çəki: 1)

- ☐ matrisa quruluşu;

- ☒ qərarı-gah quruluşu;
 - ☐ funksional quruluşu;
 - ☐ xətti quruluşu;
 - ☐ proqram məqsədli və çevik quruluşu.
-

Sual: Müəssisədə idarə etmə mexanizminin hansı təşkilati quruluşunda obyektlər üzrə rəhbərlərin ayrılması və bunlardan hər biri həmin obyektin idarə edilməsi ilə əlaqədar olan bütün qərarları işləyib hazırlayır və qəbul edir? (Çəki: 1)

- ☐ qərarı-gah quruluşu;
 - ☐ matrisa quruluşu;
 - ☒ xətti quruluş;
 - ☐ funksional quruluş;
 - ☐ proqram məqsədli və çevik quruluş.
-

Sual: Müəssisədə idarə etmə mexanizminin hansı təşkilati quruluşunda kollektivin idarə edilməsinə dair bütün iş növləri müxtəlif funksional bölmələr arasında bölüşdürülür və bu bölmələrdən hər biri müəyyən işləri yerinə yetirir? (Çəki: 1)

- ☐ xətti quruluş;
 - ☐ matrisa quruluşu;
 - ☐ qərarı-gah quruluşu;
 - ☐ proqram məqsədli və çevik quruluş;
 - ☒ funksional quruluş.
-

Sual: Menecment nədir? (Çəki: 1)

- ☐ menecment ölkə iqtisadiyyatının idarə edilməsi prosesini əhatə edir;
 - ☐ menecment komplekslərin iqtisadiyyatının idarə edilməsi prosesini əhatə edir;
 - ☒ menecment iqtisadiyyatın idarə edilməsinin bir hissəsi olmaqla, yalnız müəssisə miqyasındakı hadisə və prosesləri əhatə edir;
 - ☐ menecment idarəetmə anlayışından geniş mənada işlənir və milli iqtisadiyyatın idarə edilməsi prosesini əhatə edir;
 - ☐ menecment texnikanın idarə edilməsi prosesini əhatə edir;
-

Sual: Aşağıdakılardan hansı idarəetmənin sosial-psixoloji metodunun təsir vasitələrinə aid deyil? (Çəki: 1)

- ☐ işçilərin əməyə maraqlarının və yaradıcılıq təşəbbüslərinin artırılması;
 - ☐ müəssisədə istehsalat mədəniyyətinin yüksəldilməsi;
 - ☐ işçi heyətinin təsərrüfat fəaliyyətinə və onun təşkilinə təsiri;
 - ☐ əxlaq normaları və tərbiyəvi motivlər;
 - ☒ əməyin normalaşdırılması.
-

Sual: İdarəetmə funksiyası dedikdə nə başa düşülür? (Çəki: 1)

- ☐ idarəetmə məqsədlərinin və istehsalın təşkili prinsiplərinin məcmusu başa düşülür;
- ☐ idarəetmə vəzifələrinin və metodlarının məcmusu başa düşülür;
- ☐ idarəetmə məqsədlərinin və vəzifələrinin məcmusu başa düşülür;
- ☐ idarəetmə məqsədlərinin və metodlarının məcmusu başa düşülür;
- ☒ idarəetmə vəzifələrini yerinə yetirmək üsulları və vasitələrinin məcmusu başa düşülür.

düşülür.

Bölmə: 0301

Ad	0301
Suallardan	12
Maksimal faiz	12
Sualları qarışdırmaq	☒
Suallar təqdim etmək	2 %

Sual: Biznesin inkişafının əsas strategiyalarını fərqləndirən amillərin (elementlərin) sayı neçədir? (Çəki: 1)

- ☐ 3;
 - ☐ 4;
 - ☒ 5;
 - ☐ 6;
 - ☐ 7.
-

Sual: Aşağıdakılardan biri firmaların inkişaf strategiyalarını fərqləndirən amil hesab olunmur: (Çəki: 1)

- ☒ idarəetmə sistemi;
 - ☐ məhsul;
 - ☐ texnologiya;
 - ☐ bazar;
 - ☐ sahə.
-

Sual: Firmaların inkişaf strategiyalarını bir-birindən fərqləndirən əsas elementlər (amillər) aşağıdakı vəziyyətlərdə ola bilər: (Çəki: 1)

- ☐ keçmiş halı, indiki halı;
 - ☐ keçmiş halı, indiki halı və gələcək halı;
 - ☐ köhnə halı, indiki halı və yeni halı;
 - ☐ köhnə halı və arzu olunan halı;
 - ☒ mövcud halı və yeni halı.
-

Sual: Biznesin artımını nəzərdə tutan etalon strategiyaları neçə qrupda birləşdirilir? (Çəki: 1)

- ☐ 2;
 - ☒ 3
 - ☐ 4
 - ☐ 5
 - ☐ 6
-

Sual: Biznesin inkişafının etalon (baza) strategiyaları neçə qrupda birləşdirilir? (Çəki: 1)

- ☐ 2
 - ☐ 3
 - ☒ 4
 - ☐ 5
 - ☐ 6
-

Sual: Təmərküzləşdirici artım strategiyalarının neçə tipi var? (Çəki: 1)

- ☐ 2
 - ☒ 3
 - ☐ 4
 - ☐ 5
 - ☐ 6
-

Sual: Aşağıdakılardan hansı ixtisaretmə strategiyasının tipi deyil? (Çəki: 1)

- ☒ Qiymətin ixtisarı strategiyası
 - ☐ "Məhsulun toplanması" strategiyası;
 - ☐ Xərclərin ixtisarı strategiyası;
 - ☐ Strukturların ixtisarı strategiyası;
 - ☐ Ləğvetmə strategiyası.
-

Sual: Aşağıdakılardan hansı ixtisaretmə strategiyasının tipidir? (Çəki: 1)

- ☐ məhsulun dəyişdirilməsi strategiyası;
 - ☐ mənfəətin azaldılması strategiyası;
 - ☐ qiymətin ixtisarı strategiyası;
 - ☐ tərəfdaşların ixtisarı strategiyası;
 - ☒ "Məhsulun toplanması" strategiyası.
-

Sual: Diversifikasiyalı artım strategiyalarının neçə tipi var? (Çəki: 1)

- ☐ 2
 - ☒ 3
 - ☐ 4
 - ☐ 5
 - ☐ 6
-

Sual: İxtisaretmə strategiyalarının neçə tipi var? (Çəki: 1)

- ☐ 2
 - ☐ 3
 - ☒ 4
 - ☐ 5
 - ☐ 6
-

Sual: İnteqrallaşdırılmış artım strategiyalarının neçə tipi var? (Çəki: 1)

- ☒ 2;
- ☐ 3

- ☐ 4
- ☐ 5
- ☐ 6

Sual: İnteqrallaşdırılmış artım strategiyalarının tipləri bunlardır: (Çəki: 1)

- ☐ üfüqi inteqrasiya strategiyası və şaquli inteqrasiya strategiyası;
- ☒ əks şaquli inteqrasiya strategiyası və irəli gedən şaqulu inteqrasiya strategiyası;
- ☐ əks üfüqi inteqrasiya strategiyası və irəli gedən üfüqi inteqrasiya strategiyası;
- ☐ strukturların birləşdirilməsini nəzərdə tutan inteqrasiya strategiyası və strukturların ixtisasını nəzərdə tutan inteqrasiya strategiyası;
- ☐ təmərküzləşdirici inteqrasiya strategiyası və diversifikasiyalı inteqrasiya strategiyası

Bölmə: 0302

Ad	0302
Suallardan	14
Maksimal faiz	14
Sualları qarışdırmaq	☒
Suallar təqdim etmək	1 %

Sual: Strategiyanın müəyyənləşdirilməsi zamanı hər bir firma özünün bazar mövqeyi ilə bağlı aşağıdakı suallarla qarşılaşır: (Çəki: 1)

- ☐ Nə istehsal etməli? Necə istehsal etməli? Kimin üçün istehsal etməli?;
 - ☒ Hansı işi davam etdirməli? Hansı işi dayandırmağı? Hansı işə keçməli?;
 - ☐ İstehsal xərclərini necə azaltmalı? Məhsul istehsalı üzrə necə ixtisaslaşmalı?
- Bazarın müəyyən segmentində necə möhkəmlənməli?;
- ☐ Biz hazırda haradayıq? Biz harada olmağı istəyirik? Buna necə nail ola bilərik?;
 - ☐ Məhsulu necə dəyişdirməli? Texnologiyanı necə dəyişdirməli? Bazarı necə dəyişdirməli?

Sual: Aşağıdakılardan biri firmaların inkişaf strategiyalarını fərqləndirən amil hesab olunur: (Çəki: 1)

- ☐ idarəetmə sistemi;
- ☐ məhsulun əvəzediciləri;
- ☒ sahə daxilində firmanın mövqeyi;
- ☐ bazarın ərazi sərhədləri;
- ☐ firmanın fəaliyyət dövrü.

Sual: Firmanın inkişaf istiqamətinin xarakterinə görə biznesin inkişaf strategiyaları aşağıdakı kimi qruplaşdırılır: (Çəki: 1)

- ☐ irəliləmə strategiyaları və geriləmə strategiyaları;
- ☐ tədrici inkişaf strategiyaları və sürətli inkişaf strategiyaları;
- ☐ biznes strategiyaları və inkişaf strategiyaları;

- ☒ artım strategiyaları və ixtisar strategiyaları;
 - ☐ integrasiya strategiyaları və diversifikasiya strategiyaları .
-

Sual: Aşağıdakılardan hansı biznesin inkişafının etalon (baza) strategiyaları hesab olunur? (Çəki: 1)

- ☐ biznesin inkişaf strategiyaları;
 - ☐ biznesin artım strategiyaları;
 - ☐ rəqabət qabiliyyətinin gücləndirilməsi strategiyaları;
 - ☐ sahənin genişləndirilməsi strategiyaları;
 - ☒ ixtisaretmə strategiyaları.
-

Sual: Aşağıdakılardan hansı biznesin inkişafının etalon (baza) strategiyaları hesab olunur? (Çəki: 1)

- ☒ diversifikasiyalı artım strategiyaları;
 - ☐ bazarın genişləndirilməsi strategiyaları;
 - ☐ rəqabət qabiliyyətinin gücləndirilməsi strategiyaları;
 - ☐ məhsulun keyfiyyətinin artırılması strategiyaları;
 - ☐ mənfəətin maksimumlaşdırılması strategiyaları.
-

Sual: Aşağıdakılardan hansı təmərküzləşdirici artım strategiyasının tipidir? (Çəki: 1)

- ☐ istehsalın ixtisaslaşdırılması strategiyası;
 - ☐ texnologiyanın yenilənməsi strategiyası;
 - ☐ məhsulun yenilənməsi strategiyası;
 - ☒ bazar mövqeyinin gücləndirilməsi strategiyası;
 - ☐ istehsalın təmərküzləşdirilməsi strategiyası.
-

Sual: Təmərküzləşdirici artım strategiyalarının tipləri hansılardır? (Çəki: 1)

- ☒ məhsulun inkişaf strategiyası, bazarın inkişafı strategiyası və bazar mövqeyinin gücləndirilməsi strategiyası;
 - ☐ məhsulun təmərküzləşdirici strategiyası, bazarın təmərküzləşdirici strategiyası və bazar mövqeyinin təmərküzləşməsi strategiyası;
 - ☐ texnologiyanın inkişafı strategiyası, məhsulun inkişafı strategiyası və bazarın genişləndirilməsi strategiyası;
 - ☐ istehsalın təmərküzləşməsi strategiyası, məhsulun ixtisaslaşması strategiyası və bazarın təmərküzləşməsi strategiyası;
 - ☐ məhsulun yenilənməsi strategiyası, texnologiyanın yenilənməsi strategiyası və bazarın yenilənməsi strategiyası.
-

Sual: Aşağıdakılardan hansı diversifikasiyalı artım strategiyalarının tipidir? (Çəki: 1)

- ☐ əks şaquli diversifikasiya strategiyası;
 - ☐ bazarın diversifikasiyası strategiyası;
 - ☐ sahənin üfüqi diversifikasiyası strategiyası;
 - ☒ üfüqi diversifikasiya strategiyası;
 - ☐ irəli gedən diversifikasiya strategiyası.
-

Sual: Aşağıdakılardan hansı diversifikasiyalı artım strategiyalarının tipidir? (Çəki: 1)

- ☐ texnoloji diversifikasiya strategiyası;
 - ☐ bazarın diversifikasiyası strategiyası;
 - ☒ mərkəzləşdirilmiş diversifikasiyası strategiyası;
 - ☐ əks üfüqi diversifikasiya strategiyası;
 - ☐ inteqrallaşdırılmış diversifikasiya strategiyası.
-

Sual: Aşağıdakılardan hansı inteqrallaşdırılmış artım strategiyalarının tipidir? (Çəki: 1)

- ☐ istehsalın inteqrallaşdırılması strategiyası;
 - ☐ texnologiyanın inteqrallaşdırılması strategiyası;
 - ☐ sahənin inteqrallaşdırılması strategiyası;
 - ☐ bazarın inteqrallaşdırılması strategiyası;
 - ☒ əks şaquli inteqrasiya strategiyası.
-

Sual: Belə strategiyanın tətbiqi zamanı perspektivi olmayan biznesə uzunmüddətli baxışlardan imtina edilir və qısa müddətdə mümkün olan maksimum mənfəət əldə edilməsinə üstünlük verilir. Bu hansı strategiya tipinə aiddir? (Çəki: 1)

- ☒ “Məhsulun toplanması” strategiyası;
 - ☐ Xərclərin ixtisarı strategiyası;
 - ☐ Strukturların ixtisarı strategiyası;
 - ☐ Ləğvetmə strategiyası;
 - ☐ İxtisaretmə strategiyalarının hamısına aiddir.
-

Sual: Diversifikasiyalı artım strategiyalarının tipləri bunlardır: (Çəki: 1)

- ☐ üfüqi diversifikasiya strategiyası və şaquli diversifikasiya strategiyası;
 - ☐ texnoloji diversifikasiya strategiyası, bazarın diversifikasiya strategiyası və mərkəzləşdirilmiş diversifikasiya strategiyası;
 - ☐ əks şaquli diversifikasiya strategiyası, irəli gedən diversifikasiya strategiyası və üfüqi diversifikasiya strategiyası;
 - ☐ üfüqi diversifikasiya strategiyası, kanqlomerat diversifikasiya strategiyası və inteqrallaşdırılmış diversifikasiya strategiyası
 - ☒ mərkəzləşdirilmiş diversifikasiya strategiyası,.
-

Sual: Firma ləğvetmə strategiyasını tətbiq etdikdə aşağıdakı nəticələrdən hansı mümkün olmaz? (Çəki: 1)

- ☐ Firmanın fəaliyyəti dayandırılır;
 - ☐ Firma başqa mülkiyyətçiyə satılır;
 - ☐ Firma başqa firmaya birləşdirilir;
 - ☒ Firma başqa sahədə fəaliyyətini davam etdirir;
 - ☐ Firmanı rəqib firma satın alır.
-

Sual: İnteqrallaşdırılmış artım strategiyalarında dəyişikliklərə uğrayan elementlər hansılardır? (Çəki: 1)

- ☐ sahə, sahə daxilində müəssisənin mövqeyi və bazar;
- ☐ məhsul, texnologiya və sahə daxilində müəssisənin mövqeyi;
- ☒ sahə daxilində müəssisənin mövqeyi;

- ☐ texnologiya, sahə və sahə daxilində müəssisənin mövqeyi;
- ☐ məhsul, texnologiya, sahə, sahə daxilində müəssisənin mövqeyi və bazar;

Bölmə: 0303

Ad	0303
Suallardan	14
Maksimal faiz	14
Sualları qarışdırmaq	☒
Suallar təqdim etmək	1 %

Sual: Firmaların inkişaf strategiyaları barədəki aşağıdakı fikirlərdən hansı yanlıştır? (Çəki: 1)

- ☐ Firmanın inkişaf strategiyasının müəyyənləşdirilməsi prinsipial olaraq mövcud konkret situasiyadan və gözlənilən dəyişikliklərdən asılıdır;
- ☐ Firmanın inkişaf strategiyası ondan asılıdır ki, sahibkar (firmanın rəhbərliyi) müxtəlif bazar imkanlarını necə qiymətləndirir;
- ☐ Nə qədər firma varsa, bir o qədər də fərqli strategiyalar var;
- ☒ Bütün firmaların strategiyaları əsasən eynidir, yalnız bunların reallaşdırılması üsulları və formaları fərqlidir;
- ☐ Ümumi şəkildə strategiya – firmanı perspektivdə qarşıya qoyulan məqsədə aparıb çıxaracaq sistemli və əlaqələndirilmiş fəaliyyətlər kompleksidir.

Sual: Firmaların inkişaf strategiyalarını bir-birindən fərqləndirən və dəyişikliklərə məruz qalan əsas elementlər hansılardır? (Çəki: 1)

- ☒ məhsul, texnologiya, bazar, sahə daxilində firmanın mövqeyi və sahə;
- ☐ məhsulun keyfiyyəti, satış həcmi, bazar mövqeyi, innovasiya və sahə;
- ☐ firmanın xarakteri, firmanın imici, firmanın bazar payı, sahədə müəssisələrin sayı, firmanın ölçüsü;
- ☐ tətbiq olunan texnologyanın mürəkkəbliyi, istehsal edilən məhsulun mürəkkəblik dərəcəsi və keyfiyyəti, firmanın ölçüsü və imici, idarəetmənin keyfiyyəti;
- ☐ strategiyayı işləyən komandanın bacarıq və qabiliyyətləri, sahədə rəqabətin intensivlik dərəcəsi, sahənin inkişaf mərhələsi və firmanın bazar mövqeyi.

Sual: Biznesin artım strategiyaları bunlardır: (Çəki: 1)

- ☐ bazar mövqeyinin gücləndirilməsi strategiyaları, bazarın inkişafı (genişləndirilməsi) strategiyaları, məhsulun inkişafı strategiyaları;
- ☐ məhsulun inkişafı strategiyaları, bazarın inkişafı strategiyaları, texnologiyanın inkişafı strategiyaları ;
- ☐ mərkəzləşdirilmiş artım strategiyaları, üfüqi artım strategiyaları, konqlomerat artım strategiyaları;
- ☐ məhsul istehsalının artırılması strategiyaları, mənfəətin artırılması strategiyaları, bazarın genişləndirilməsi strategiyaları;
- ☒ təmərküzləşdirici artım strategiyaları, integrallaşdırılmış artım strategiyaları, diversifikasiyalı artım strategiyaları.

Sual: Aşağıdakılardan hansı biznesin inkişafının etalon (baza) strategiyaları deyil? (Çəki: 1)

- ☐ təmərküzləşdirici artım strategiyaları;
 - ☐ integrallaşdırılmış artım strategiyaları;
 - ☐ diversifikasiyalı artım strategiyaları;
 - ☒ sahənin genişləndirilməsi strategiyaları
 - ☐ ixtisaretmə strategiyaları.
-

Sual: Biznesin inkişafının baza (etalon) strategiyaları bunlar hesab olunur: (Çəki: 1)

- ☐ bazar mövqeyinin gücləndirilməsi strategiyaları, bazarın inkişafı (genişləndirilməsi) strategiyaları, məhsulun inkişafı strategiyaları, ixtisaretmə strategiyaları;
 - ☐ məhsulun inkişafı strategiyaları, bazarın inkişafı strategiyaları, texnologiyanın inkişafı strategiyaları, sahənin inkişafı strategiyaları;
 - ☐ mərkəzləşdirilmiş diversifikasiya strategiyaları, üfüqi diversifikasiya strategiyaları, konqlomerat diversifikasiya strategiyaları, xərclərin minimumlaşdırılması strategiyaları;
 - ☐ xərclərin minimumlaşdırılması strategiyaları, məhsul istehsalı üzrə dərin ixtisaslaşma strategiyaları, mənfəətin maksimumlaşdırılması strategiyaları, bazar mövqeyinin gücləndirilməsi strategiyaları;
 - ☒ təmərküzləşdirici artım strategiyaları, integrallaşdırılmış artım strategiyaları, diversifikasiyalı artım strategiyaları, ixtisaretmə strategiyaları.
-

Sual: Təmərküzləşdirici artım strategiyalarında dəyişikliklərə məruz qalmayan elementlər hansılardır? (Çəki: 1)

- ☐ məhsul və bazar;
 - ☒ texnologiya, sahə daxilində firmanın mövqeyi və sahə;
 - ☐ məhsul, texnologiya və bazar;
 - ☐ texnologiya, bazar, sahə daxilində firmanın mövqeyi və sahə;
 - ☐ məhsul, texnologiya, bazar və sahə.
-

Sual: Təmərküzləşdirici artım strategiyalarında dəyişikliklərə məruz qalan elementlər hansılardır? (Çəki: 1)

- ☐ məhsul, texnologiya və bazar;
 - ☐ texnologiya, sahə daxilində firmanın mövqeyi və sahə;
 - ☒ məhsul və bazar;
 - ☐ texnologiya, bazar, sahə daxilində firmanın mövqeyi və sahə;
 - ☐ məhsul, texnologiya, bazar və sahə
-

Sual: Əks şaquli integrasiya strategiyasının tətbiqi zamanı: (Çəki: 1)

- ☒ Firma tədarükçülərini özünə birləşdirmək yaxud onların üzərində nəzarəti gücləndirmək, habelə tədarüklə məşğul olan törəmə strukturlar yaratmaq yolu ilə böyüyür;
- ☐ Firma özü ilə son istehlakçılar arasında olan strukturları (yeni bölgü və satış sistemini) özünə birləşdirmək yaxud onların üzərində nəzarəti gücləndirmək yolu ilə böyüyür;
- ☐ Firmanın fəaliyyət göstərdiyi sahə və istifadə etdiyi texnologiya ciddi dəyişikliklərə məruz qalır;

- ☐ Firma hazırda istehsal etdiyi məhsul üçün yeni bazarlar tapır;
 - ☐ Firma hazırda istehsal etdiyi məhsulla mövcud bazarlarda daha da möhkəmlənmək üçün əlindən gələn hər şeyi edir.
-

Sual: Aşağıdakı fikirlərdən hansı yanlıştır? (Çəki: 1)

- ☐ Təmərküzləşdirici artım strategiyaları məhsulun və (və ya) bazarın dəyişilməsini nəzərdə tutur;
 - ☐ Təmərküzləşdirici artım strategiyaları məhsulun və (və ya) bazarın dəyişilməsini nəzərdə tutur;
 - ☐ Diversifikasiyalı artım strategiyalarının tətbiqi zamanı məhsul, texnologiya, bazar və sahə dəyişə bilər;
 - ☐ İqtisadiyyatda baş verən proseslərlə əlaqədar olaraq firmanın fəaliyyətinin effektivliyinin yüksəldilməsi üçün öz qüvvələrini yenidən qruplaşdırmağa zərurət yarandıqca ixtisasetmə strategiyaları tətbiq olunur;
 - ☒ "Mövcud böyük miqyaslarda" biznesin davam etdirilməsi mümkün olmadıqda firmalar diversifikasiyalı artım strategiyalarından istifadə edirlər.
-

Sual: Aşağıdakı fikirlərdən hansı yanlıştır? (Çəki: 1)

- ☐ Firmanın bazar mövqeyinin gücləndirilməsi strategiyası tətbiqi zamanı firma hazırda istehsal etdiyi məhsulla mövcud bazarlarda daha da möhkəmlənmək üçün əlindən gələn hər şeyi edir;
 - ☐ Firmanın bazar mövqeyinin gücləndirilməsi strategiyası tətbiqi zamanı daha güclü marketing araşdırmaları tələb olunur;
 - ☒ Firmanın bazar mövqeyinin gücləndirilməsi strategiyası tətbiqi zamanı məhsul və texnologiya dəyişməz qalır, sahə isə dəyişir;
 - ☐ Bazarın inkişafı strategiyasının tətbiqi zamanı firma hazırda istehsal etdiyi məhsul üçün yeni bazarlar tapır;
 - ☐ Məhsulun inkişafı strategiyasının tətbiqi firmanın yeni məhsul istehsalını və onun mövcud bazarlara satılmasını nəzərdə tutur.
-

Sual: Aşağıdakı fikirlərdən hansı yanlıştır? (Çəki: 1)

- ☐ İnteqrallaşdırılmış artım strategiyalarının tətbiqi zamanı yeni struktur bölmələrinin əlavə edilməsi hesabına firmanın genişlənməsi (böyüməsi) baş verir;
 - ☐ Firma güclü biznesə malik olduqda və təmərküzləşdirici artım strategiyasını tətbiq edə bilmədikdə inteqrallaşdırılmış artım strategiyasını tətbiq edir;
 - ☒ Firma zəif biznesə malik olduqda və təmərküzləşdirici artım strategiyasını tətbiq edə bilmədikdə inteqrallaşdırılmış artım strategiyasını tətbiq edir;
 - ☐ Firma yeni mülkiyyət əldə etməklə yaxud daxildən bölmələrini artırmaqla inteqrallaşdırılmış artıma nail ola bilər;
 - ☐ İnteqrallaşdırılmış artım strategiyalarının tətbiqi zamanı sahə daxilində firmanın mövqeyi (vəziyyəti) dəyişikliyə məruz qalır.
-

Sual: İnteqrallaşdırılmış artım strategiyaları zamanı dəyişən element (amillər) hansıdır? (Çəki: 1)

- ☐ məhsul;
- ☐ texnologiya;
- ☐ bazar;
- ☒ sahə daxilində firmanın mövqeyi;

☐ sahə.

Sual: Konqlomerat diversifikasiya strategiyasını aşağıdakı kimi xarakterizə etmək olar: (Çəki: 1)

- ☐ firma yeni texnologiya əsasında yeni məhsul istehsal edib artıq mövcud (malik olduğu) bazarda genişlənir;
- ☐ mövcud istehsal firmanın əsas işi (biznesi) kimi qalır, bununla yanaşı firmanın malik olduğu texnologiyanın imkanlarından istifadə etməklə mövcud bazarlara yeni məhsul çıxarılır;
- ☐ firma istehsal etdiyi məhsul sahəsində daha dərinlən ixtisaslaşmaqla istehsal həcmələrini artırır və yeni bazarlara çıxır;
- ☒ firma indiyə qədər istehsal etdiyi məhsulla texnoloji baxımdan əlaqəsi olmayan yeni məhsulun istehsalı və onun yeni bazarlarda satışı hesabına böyüyür;
- ☐ firma uzunmüddətli artım dövründən sonra biznesin effektivliyinin artırılması zərurətindən struktur dəyişikliklərinə getməyə və firmanın ölçülərini dəyişməyə məcbur olur.

Sual: Üfüqi diversifikasiya strategiyasının tətbiqi zamanı dəyişən elementlər (amillər) hansıdır? (Çəki: 1)

- ☒ məhsul, texnologiya və sahə;
- ☐ bazar, texnologiya və sahə;
- ☐ məhsul, bazar və sahədə firmanın mövqeyi;
- ☐ məhsul, texnologiya, sahədə firmanın mövqeyi və bazar;
- ☐ sahədə firmanın mövqeyi və sahə.

Bölmə: 0401

Ad	0401
Suallardan	12
Maksimal faiz	12
Sualları qarışdırmaq	☒
Suallar təqdim etmək	2 %

Sual: Strateji planlaşdırma ilə bağlı aşağıda qeyd edilən əlamətlərdən hansı yanlıştır? Strateji planlaşdırma: (Çəki: 1)

- ☐ nəticələrin planlaşdırılmasıdır;
- ☐ dəyişikliyin planlaşdırılmasıdır;
- ☒ sərt şəkildə müəyyən edilmiş və olduğu kimi icra ediləsi bir şablondur;
- ☐ arzu edilən və nail oluna bilən bir istəyi (gələcəyi) ifadə edir ;
- ☐ keyfiyyətli bir idarəetmə alətidir.

Sual: Aşağıdakılardan hansı biri strateji planlaşdırmanın məqsədinə xas xarakteristika hesab edilmir? (Çəki: 1)

- ☐ müəyyən zaman intervalına dəqiq istiqamətlənmiş olması;
- ☐ konkret və dəqiq ölçülə bilən olması;

- ☐ ünvanlı və nəzarət edilə bilən olması;
 - ☐ firmanın resursları və vəzifələri ilə əlaqələndirilmiş olması;
 - ☒ rəqiblərin mənafeələri ilə əlaqələndirilmiş olması.
-

Sual: Aşağıdakı suallardan biri strateji planlaşdırmanın elementi deyil: (Çəki: 1)

- ☐ Biz hazırda haradayıq?
 - ☐ Biz nəyə nail olmaq (yaxud harada olmağı) istəyirik?
 - ☐ Arzu etdiyimiz vəziyyətə necə nail ola bilərik?
 - ☒ Əgər buna nail ola bilmiriksə neyləməliyik?
 - ☐ Nəticələri necə izləyə və qiymətləndirə bilərik?
-

Sual: Strateji planlaşdırmanın dördüncü mərhələsində: (Çəki: 1)

- ☐ Firmanın rəqiblərinin analizi aparılır;
 - ☐ Qarşıya qoyulan məqsədin reallaşdırılması üçün zəruri olan tərəfdaşlar müəyyənləşdirilir və onlarla danışıqlar aparılır;
 - ☐ Firmanın inkişaf strategiyası dəqiqləşdirilir;
 - ☐ Firmanın strateji məqsəd və hədəflərinə nail olma yolları, vasitələri və üsulları müəyyən edilir;
 - ☒ Fəaliyyətlərin izlənilməsi və nəticələrin qiymətləndirilməsi indikatorları (göstəriciləri) və üsulları işlənir.
-

Sual: Aşağıdakılardan hansını strateji planlaşdırmaya qarşı qoyulan tələblərə aid etmək olmaz? (Çəki: 1)

- ☒ sərt şəkildə müəyyən edilmiş bir plan və ya şablondur ki, heç bir dəyişikliyə məruz qoyulmadan icra edilməlidir;
 - ☐ dinamikdir və dəyişən şərtlərə uyğunlaşdırıla bilər;
 - ☐ qarşıya qoyulan məqsədə istiqamətlidir;
 - ☐ resurslara deyil, son nəticənin əldə edilməsinə istiqamətləndirilmişdir;
 - ☐ hesabatlılığı və iştirakçılığı nəzərdə tutan bir sistemdir.
-

Sual: Aşağıdakılardan hansı firmanın inkişaf strategiyasının işlənilməsi üçün aparılan strateji analizə aid deyil? (Çəki: 1)

- ☐ Xarici mühitin (makromühitin) analizi;
 - ☐ Sahə analizi;
 - ☐ Rəqabət analizi;
 - ☐ Daxili mühitin analizi;
 - ☒ İmtina edilmiş strategiyaların analizi.
-

Sual: Aşağıdakılardan hansı strateji analizdə istifadə edilən təhlil metodu deyil? (Çəki: 1)

- ☒ makroiqtisadi analiz;
 - ☐ PESTLE-analiz;
 - ☐ SNW-analiz;
 - ☐ bençmarkinq;
 - ☐ SWOT-analiz.
-

Sual: Aşağıdakılardan hansı müəssisənin fəaliyyətinin planlaşdırılması prinsiplərinə aid olunmur? (Çəki: 1)

- ☒ paralellik prinsipi;
- ☐ komplekslik prinsipi;
- ☐ sabillik prinsipi;
- ☐ qənaətlilik prinsipi;
- ☐ prioritetlərin müəyyən olunması prinsipi;

Sual: Aşağıdakı əlamətlərdən hansından planların növlərini təsnifləşdirərkən istifadə edilmir? (Çəki: 1)

- ☐ əhatə etdiyi dövrə görə;
- ☐ funksional baxımdan;
- ☒ istehsalın həcminə görə;
- ☐ idarəetmə iyerarxiyasına görə;
- ☐ planlaşdırma iyerarxiyasına görə.

Sual: Aşağıdakılardan hansı müəssisədə planlaşdırmanın metodlarına aid deyil? (Çəki: 1)

- ☐ "Nail olunmuş səviyyədə" planlaşdırma;
- ☐ iqtisadi-statistik metodlar;
- ☒ təcrübi-eksperimental metodu;
- ☐ normativ metod;
- ☐ balans merodu.

Sual: Aşağıdakılardan hansı müəssisənin maliyyə planında nəzərə alınmır? (Çəki: 1)

- ☐ müəssisənin pul mədaxili;
- ☐ müəssisənin pul məxarici;
- ☐ büdcə ilə hesablaşmalar;
- ☒ fondveriminin planlaşdırılması;
- ☐ bank və digər subyektlərlə hesablaşmalar.

Sual: Aşağıdakılardan hansı planlaşdırmanın metodlarına aiddir? (Çəki: 1)

- ☐ iqtisadi təhlil metodu;
- ☐ funksional metod;
- ☐ inzibati metod;
- ☐ sosial-psixoloji metod;
- ☒ normativ metod.

BÖLMƏ: 0402

Ad	0402
Suallardan	12
Maksimal faiz	12
Sualları qarışdırmaq	☒
Suallar təqdim etmək	1 %

Sual: Strateji planlaşdırmanın birinci mərhələsində: (Çəki: 1)

- ☐ Hansı işi dayandırmalı? Hansı işi davam etdirməli? Hansı yeni işə keçməli? - kimi suallara cavab axtarılır;
 - ☒ Firmanın mövcud vəziyyətinin – onun fəaliyyətinin xarici və daxili mühit amillərinin – analizi aparılır;
 - ☐ Firmanın missiyası, baxışları, məqsəd və hədəfləri müəyyənləşdirilir;
 - ☐ Firmanın strateji məqsəd və hədəfləri, bunlara nail olma yolları, vasitələri və üsulları müəyyən edilir;
 - ☐ Firmanın maliyyə və resurs potensialı qiymətləndirilir.
-

Sual: Strateji planlaşdırmanın ikinci mərhələsi hansı işləri əhatə edir? (Çəki: 1)

- ☐ Firmanın mövcud vəziyyətinin – onun fəaliyyətinin xarici və daxili mühit amillərinin – analizi aparılır;
 - ☐ Firmanın statusu və fəaliyyətinin əsas prinsipləri müəyyən edilir, ən vacib təsərrüfat funksiyaları dəqiqləşdirilir;
 - ☐ Firmanın maliyyə və resurs potensialı qiymətləndirilir;
 - ☒ Firmanın missiyası, strateji baxışı, məqsəd və hədəfləri müəyyənləşdirilir;
 - ☐ Firmanın strateji məqsəd və hədəfləri, bunlara nail olma yolları, vasitələri və üsulları müəyyən edilir.
-

Sual: Aşağıdakılardan hansı strateji planlaşdırmanın ikinci mərhələsi ilə bağlı deyil? (Çəki: 1)

- ☐ firmanın mövcudluq zərurətinin (gərəkçəsinin) konseptual ifadəsi işlənir;
 - ☐ arzu edilən gələcəyin obrazı formalaşdırılır;
 - ☐ müəyyən müddətlərdə nail olunması məqsədlər dəqiqləşdirilir;
 - ☐ spesifik və ölçülə bilən hədəflər dəqiqləşdirilir;
 - ☒ məqsəd və hədəflərə çatma üsulları müəyyənləşdirilir.
-

Sual: Strateji planlaşdırmanın üçüncü mərhələsində yerinə yetirilən başlıca işlər hansılardır? (Çəki: 1)

- ☐ Firmanın maliyyə və resurs potensialı qiymətləndirilir;
 - ☐ Firmanın mövcud vəziyyətinin – onun fəaliyyətinin xarici və daxili mühit amillərinin – analizi aparılır;
 - ☐ Firmanın missiyası, baxışları, məqsəd və hədəfləri müəyyənləşdirilir;
 - ☒ Firmanın strateji məqsəd və hədəfləri, bunlara nail olma yolları, vasitələri və üsulları müəyyən edilir;
 - ☐ Fəaliyyətlərin izlənməsi və nəticələrin qiymətləndirilməsi indikatorları (göstəriciləri) və üsulları işlənir.
-

Sual: Aşağıdakılardan hansı strateji planlaşdırmanın dördüncü mərhələsində həyata keçirilən fəaliyyətlərə aid deyil? (Çəki: 1)

- ☒ Məqsəd və hədəflərə nail olma (çatma) üsulları və vasitələri müəyyən edilir;
- ☐ Hesabatlılıq və monitoring üsulları müəyyən edilir;
- ☐ Aralıq (mərhələlər və fəaliyyətlər üzrə) və son nəticələr üzrə göstəricilər

dəqiqləşdirilir;

- ☐ Nəticələrin ölçülməsi üsulları və qaydaları dəqiqləşdirilir;
 - ☐ Nəticələrin və nəticələr üzrə kənarlaşmaların qiymətləndirilməsi qaydası işlənir.
-

Sual: Aşağıdakılardan hansı firmanın mövcud vəziyyətinin analizi (təhlili) ilə bağlı deyil? (Çəki: 1)

- ☒ firmanın strateji məqsəd və hədəflərinin analizi;
 - ☐ firmanın fəaliyyətinin xarici (makro) mühitin təhlili;
 - ☐ firmanın fəaliyyət göstərdiyi sahədə rəqabətin təhlili;
 - ☐ sahənin inkişaf mərhələsinin analizi;
 - ☐ firmanın fəaliyyətinin daxili mühitin təhlili.
-

Sual: Planlaşdırmanın iyerarxiyası əlamətinə görə planlar hansı növlərə bölünür? (Çəki: 1)

- ☐ taktiki, analitik, operativ;
 - ☒ strateji, taktiki, operativ;
 - ☐ taktiki, funksional, strateji;
 - ☐ funksional, analitik, çevik;
 - ☐ strateji, direktiv, indikativ.
-

Sual: Aşağıdakılardan hansı müəssisənin inkişaf planının bölmələrinə aid deyil? (Çəki: 1)

- ☐ investisiya və yeni texnikanın tətbiqi planı;
 - ☐ əmək haqqı və kadrlar planı;
 - ☒ sığorta işinin planı;
 - ☐ məhsulun istehsalı və reallaşdırılması planı;
 - ☐ əmək kollektivinin sosial inkişaf planı.
-

Sual: Daxili mühit analizi strateji planlaşdırmanın hansı mərhələsində təşkil olunur? (Çəki: 1)

- ☒ 1-ci
 - ☐ 2-ci
 - ☐ 3-ci
 - ☐ 4-ci
 - ☐ heç birində
-

Sual: Mikromühit analizi strateji planlaşdırmanın hansı mərhələsində təşkil olunur? (Çəki: 1)

- ☒ 1-ci
 - ☐ 2-ci
 - ☐ 3-ci
 - ☐ 4-ci
 - ☐ 5-ci
-

Sual: SWOT (GZİT) təhlili strateji planlaşdırmanın hansı mərhələsində təşkil olunur? (Çəki: 1)

- ☐ 1-ci
- ☐ 2-ci
- ☒ 3-ci
- ☐ 4-ci
- ☐ 5-ci

Sual: Plan nədir? (Çəki: 1)

- ☒ məqsədi, məzmunu, həcmi, metodları, ardıcılığı, icra olunma vaxtı göstərilməklə müəyyən bir dövr üçün yerinə yetirilməsi nəzərdə tutulan iş və tapşırıqların məcmusunu özündə əks etdirən sənəddir;
- ☐ müəssisənin inkişafı üçün zəruri olan sənədlərin məjmusudur;
- ☐ uzun müddət üçün müəyyən edilmiş, stabil iqtisadi göstəricilərə və bu göstəricilərin artımına nail olmağa imkan verən istiqamətlərin, fəaliyyət qaydaları və normalarının məcmusudur;
- ☐ dövlət və təsərrüfat subyektləri tərəfindən müəyyən dövr ərzində icrası nəzərdə tutulan təsərrüfat tədbirləri üzrə məqsəd və vəzifələrin, icra sənədlərinin məcmusudur;
- ☐ perspektiv dövr üçün iqtisadi inkişaf və sosial tərəqqinin əsas problemlərinin həlli yollarına, strateji məqsədlərə nail olmaq üçün qarşıya qoyulan vəzifələrin yerinə yetirilməsinə dair elmi cəhətdən əsaslandırılmış təsəvvür, mülahizə və tövsiyələrin məcmusudur.

Bölmə: 0403

Ad	0403
Suallardan	6
Maksimal faiz	6
Sualları qarışdırmaq	☒
Suallar təqdim etmək	1 %

Sual: Strateji planlaşdırma prosesində firmanın fəaliyyət mühitinin qiymətləndirilməsi zamanı tətbiq edilən spesifik təhlil üsulları hansılardır? (Çəki: 1)

- ☐ funksional dəyər təhlili, əmtəə-dəyər təhlili, indeks metodu;
- ☒ SWOT-analiz, SNW-analiz, PESTLE-analiz, bençmarkinq;
- ☐ trend təhlili, idarəetmə təhlili, səbəb-nəticə təhlili, dinamika sıralarının qurulması;
- ☐ SWOT-analiz, funksional dəyər təhlili, rentabelliğin təhlili, bençmarkinq, sahə-məhsul-gəlir təhlili;
- ☐ elmi abstraksiya metodu, analiz və sintez metodu, induksiya-deduksiya metodu, PESTLE-analiz.

Sual: Aşağıdakılardan hansı strateji planlaşdırmanın üçüncü mərhələsində həyata keçirilən fəaliyyətlərə aid deyil? (Çəki: 1)

- ☐ Məqsəd və hədəflərə nail olma (çatma) üsulları və vasitələri müəyyən edilir;
- ☒ Hesabatlılıq sistemi müəyyən edilir;
- ☐ Detallı iş planları və fəaliyyət proqramı hazırlanır;
- ☐ Məsrəflər (xərclər) qiymətləndirilir;

- ☐ Fəaliyyətlərin büdcəsi və maliyyələşdirmə mənbələri müəyyən edilir.
-

Sual: Proqram nədir? (Çəki: 1)

- ☐ proqramda öz əksini tapan tədbirlərin rəvan, bir qaydada realizə olunması məqsədilə həyata keçirilməsi nəzərdə tutulan konkret və kompleks tədbirlər sistemidir;
 - ☒ dövlət və təsərrüfat subyektləri tərəfindən müəyyən dövr ərzində icrası nəzərdə tutulan təsərrüfat tədbirləri üzrə məqsəd və vəzifələrin məcmusudur;
 - ☐ elmi jəhətdən formalaşdırılan birliklər sistemi və habelə ictimai həyatın bütün sahələrinin şüurlu nizamlanmasına yönəldilmiş fəaliyyət növüdür;
 - ☐ strateji məqsədlərə nail olmaq üçün qarşıya qoyulan vəzifələrin yerinə yetirilməsinə dair elmi cəhətdən əsaslandırılmış təsəvvür, mülahizə və tövsiyələrin məcmusudur;
 - ☐ məqsədlərin müəyyən edilməsi, problemin təhlili, proqnozlaşdırma, alternativ variantların müəyyən olunması mərhələlərini əhatə edən fəaliyyət növüdür.
-

Sual: Planlaşdırmanın fasiləsizliyi: (Çəki: 1)

- ☐ istehsal-texniki vəzifələrin həllinin alternativ variantlarının hazırlanması ilə əldə edilir;
 - ☒ uzunmüddətli və qısamüddətli planların qarşılıqlı əlaqələndirilməsi yolu ilə təmin edilir;
 - ☐ müəssisənin pul mədaxili və məxaricini, büdcə, bank və digər subyektlərlə hesablaşmaları əks etdirir;
 - ☐ hər bir istehsal vahidi planının digər bölmələrin fəaliyyət planları arasında qarşılıqlı əlaqə, planlaşdırılan obyektin və onunla əlaqədar olan bölmələrin fəaliyyətilə bağlı olan bütün işlərin planda tam əks olunması deməkdir;
 - ☐ müəssisənin inkişaf planının məkan və zaman baxımından konkretləşdirilməsinə yönəldilmiş tədbirlər sistemini özündə əks etdirir.
-

Sual: Planlaşdırmanın kompleksliliyi: (Çəki: 1)

- ☐ istehsal-texniki vəzifələrin həllinin alternativ variantlarının hazırlanması ilə əldə edilir;
 - ☐ uzunmüddətli və qısamüddətli planların qarşılıqlı əlaqələndirilməsi yolu ilə təmin edilir;
 - ☐ uzunmüddətli və qısamüddətli planların qarşılıqlı əlaqələndirilməsi yolu ilə təmin edilir;
 - ☐ deməkdir müəssisənin inkişaf planının məkan və zaman baxımından konkretləşdirilməsinə yönəldilmiş tədbirlər sistemini özündə əks etdirir;
 - ☒ hər bir istehsal vahidi planının digər bölmələrin fəaliyyət planları arasında qarşılıqlı əlaqə, planlaşdırılan obyektin və onunla əlaqədar olan bölmələrin fəaliyyətilə bağlı olan bütün işlərin planda tam əks olunması.
-

Sual: Strateji planlaşdırma haqqında aşağıdakı fikirlərdən hansı yanlıştır? (Çəki: 1)

- ☐ nəticələrin planlaşdırılmasıdır
- ☐ dəyişikliyin planlaşdırılmasıdır
- ☐ arzu edilən və nail oluna bilən bir istəyi (gələcəyi) ifadə edir
- ☐ keyfiyyətli bir idarəetmə alətidir
- ☒ dəqiq proqnozlara əsaslanır

Bölmə: 0501

Ad	0501
Suallardan	25
Maksimal faiz	25
Sualları qarışdırmaq	☒
Suallar təqdim etmək	2 %

Sual: Aşağıdakılardan hansı firmanın fəaliyyətinin makromühit amilləri sırasına aid deyil? (Çəki: 1)

- ☐ ölkə iqtisadiyyatının ümumi durumu;
 - ☐ hüquqi tənzimləmə sahəsində vəziyyət;
 - ☐ ölkədə baş verən siyasi proseslər;
 - ☒ sahədə rəqabətin inkişaf mərhələsi;
 - ☐ elmi-texniki və texnoloji inkişaf.
-

Sual: Aşağıdakılardan biri firmanın fəaliyyətinin makromühit amilləri sırasına aid deyil. Bu hansıdır? (Çəki: 1)

- ☐ sosial-mədəni mühit;
 - ☐ istehsal infrastrukturunun durumu;
 - ☒ rəqiblərin bazar davranışı;
 - ☐ təbii-coğrafi mühit;
 - ☐ biznes infrastrukturunun durumu.
-

Sual: PESTLE akronimində “elmi-texniki və texnoloji mühit” hansı hərflə işarə edilir? (Çəki: 1)

- ☐ P;
 - ☐ E;
 - ☐ S;
 - ☒ T;
 - ☐ L.
-

Sual: PESTLE akronimində “P” nəyi əks etdirir? (Çəki: 1)

- ☐ perspektiv mühit amillərini;
 - ☒ siyasi mühiti;
 - ☐ iqtisadi mühiti;
 - ☐ texnoloji mühiti;
 - ☐ sosial-mədəni mühiti.
-

Sual: Sahənin hakim iqtisadi xarakteristikaları hansı parametrlərin təhlili əsasında müəyyən edilir? (Çəki: 1)

- ☐ Sahənin inkişaf templəri;
- ☐ Sahədə mənfəət norması;

- ☐ Daimi xərclərin səviyyəsi;
 - ☐ Sahədə miqyas artımından və şirkətin təcrübəsindən əldə edilən qənaət;
 - ☒ Bunların hamısı.
-

Sual: Sahənin başlıca hərəkətverici qüvvələri hansı amillərin təhlili əsasında müəyyən edilə bilər? (Çəki: 1)

- ☐ Uzunmüddətli artım sürətində dəyişikliklər;
 - ☐ İstehlakçıların tərkibində dəyişikliklər, malların istifadəsinin yeni üsullarının meydana çıxması;
 - ☐ Məhsullarda olan innovasiyalar;
 - ☐ Texnoloji dəyişikliklər;
 - ☒ bunların hamısı.
-

Sual: "Rəqabətin hərəkətverici qüvvələri" modelini kim təklif edib? (Çəki: 1)

- ☐ A. Maslou;
 - ☐ A. Marşall;
 - ☒ M. Porter;
 - ☐ K. Endryu;
 - ☐ C. Kotter.
-

Sual: "Rəqabətin hərəkətverici qüvvələri" modeli başqa nə cür adlandırılır? (Çəki: 1)

- ☐ Potterin tələbatlar ierarxiyası;
 - ☐ Potterin altı qüvvəsi;
 - ☒ Potterin beş qüvvəsi;
 - ☐ Kotterin altı qüvvəsi;
 - ☐ Kotterin beş qüvvəsi.
-

Sual: "Rəqabətin hərəkətverici qüvvələri" modeli strateji planlaşdırmada nə üçün istifadə olunur? (Çəki: 1)

- ☐ bazarda rəqabətin dinamikasını və inkişaf mərhələsini qiymətləndirmək üçün;
 - ☒ sahədə rəqabətin intensivlik səviyyəsini qiymətləndirmək üçün;
 - ☐ sahədə rəqabətin inkişaf mərhələsini qiymətləndirmək üçün;
 - ☐ firmanın sahə daxilində rəqabət mövqeyinin qiymətləndirilməsi üçün;
 - ☐ firmanın daxili mühitinin analizi, habelə rəqabət potensialının və imkanlarının qiymətləndirilməsi üçün.
-

Sual: Aşağıdakılardan hansı biri "rəqabətin hərəkətverici qüvvələri" modelində göstərilən rəqabət amili deyil? (Çəki: 1)

- ☐ Sahədə mövcud firmaların rəqabəti;
 - ☐ Sahəyə yeni daxil ola biləcək potensial rəqiblər;
 - ☐ Əvəzedici məhsulların təhlükəsi;
 - ☐ Alıcılar (alıcıların bazar hakimiyyəti);
 - ☒ Firmanın rəqabət üstünlükləri.
-

Sual: Aşağıdakılardan hansı "rəqabətin hərəkətverici qüvvələri" modelində göstərilən

rəqabət amilidir? (Çəki: 1)

- ☐ Firmanın rəqabət üstünlükləri;
 - ☐ Sahədə rəqabətin intensivlik dərəcəsi;
 - ☐ Firmada əmək məhsuldarlığının səviyyəsi;
 - ☒ Tədarükçülərin bazar hakimiyyəti;
 - ☐ Firmanın dayanıqlı maliyyə resurslarına malik olması.
-

Sual: Aşağıdakılardan hansı "Porterin beş qüvvəsi" modelində göstərilən rəqabət amili deyil? (Çəki: 1)

- ☐ tədarükçülərin bazar hakimiyyəti;
 - ☐ sahəyə yeni daxil ola biləcək potensial rəqiblər;
 - ☒ makromühit və hökumətin siyasəti;
 - ☐ əvəzedici məhsulların təhlükəsi;
 - ☐ alıcıların bazar hakimiyyəti.
-

Sual: Aşağıdakılardan hansı tədarükçülərin bazar hakimiyyətini müəyyən edən amil deyil? (Çəki: 1)

- ☐ tədarükçülərin və tədarük olunan malların sayı;
 - ☐ bazarda tədarükçülərin təmərküzləşmə səviyyəsi;
 - ☐ tədarük xərcləri;
 - ☒ rəqiblərin gözlənilən reaksiyası;
 - ☐ tədarük olunan malların əvəzedicilərinin mövcudluğu.
-

Sual: Aşağıdakılardan hansı alıcıların qiymət həssaslığı amili hesab edilir? (Çəki: 1)

- ☐ alıcıların sayı və şirkətlər üzrə bölünməsi
 - ☒ alıcıların qərarlarının qəbul edilməsi motivləri;
 - ☐ əvəzolunan malların mövcudluğu;
 - ☐ rəqiblərin reaksiyası;
 - ☐ hökumətin sahəyə münasibətdə siyasəti.
-

Sual: Aşağıdakılardan hansı alıcıların bazar hakimiyyəti amilidir? (Çəki: 1)

- ☒ əvəzedici məlların mövcudluğu və onların qiyməti;
 - ☐ rəqiblərin differensasiya səviyyəsi;
 - ☐ istehsalın təmərküzləşmə səviyyəsi;
 - ☐ tədarük olunan malların əvəzedicilərinin mövcudluğu;
 - ☐ potensial rəqiblərin qiymət siyasəti.
-

Sual: Bazar iqtisadi modelinin uğur qazanması üçün mal və xidmət bazarlarında nəyin olması başlıca şərtidir? (Çəki: 1)

- ☒ rəqabətin
 - ☐ ixtisaslaşmanın
 - ☐ kooperasiyanın
 - ☐ diversifikasiyanın
 - ☐ əmək bölgüsünün
-

Sual: Bazar iqtisadiyyatı şəraitində dövlətin iqtisadi sahədə əsas funksiyası nədir? (Çəki: 1)

- ☐ istehsalın planlaşdırılması
 - ☐ istehlakın müəyyən edilməsi
 - ☒ iqtisadiyyatın tənzimlənməsi
 - ☐ firmaların idarə edilməsi
 - ☐ istehsal həcmələrinin tənzimlənməsi
-

Sual: Sahə daxilindəki firmalar arasında rəqabət nə uğrunda aparılır? (Çəki: 1)

- ☐ qələbə uğrunda
 - ☐ lider olmaq uğrunda
 - ☐ bazar uğrunda
 - ☒ mənfəətin artırılması uğrunda
 - ☐ maya dəyərinin azaldılması uğrunda
-

Sual: "Rəqabət" anlayışının belə bir məzmunu yoxdur: (Çəki: 1)

- ☐ iqtisadi
 - ☐ siyasi
 - ☐ sosial
 - ☐ mədəni
 - ☒ ekoloji
-

Sual: Firmalar arasında rəqabət hansı halda daha güclü olur? (Çəki: 1)

- ☐ sahədə yalnız 1 firma olduqda
 - ☐ qeydiyyatdan keçmiş firmaların sayı çox olduqda
 - ☐ rəqabət obyektlərinin sayı firmaların sayına bərabər olduqda
 - ☒ məqsədləri toqquşan firmaların sayı kifayət qədər çox olduqda
 - ☐ alıcıların sayı çox olduqda
-

Sual: Firmalar arasındakı rəqabətə dövlətin münasibəti necə olmalıdır? (Çəki: 1)

- ☐ dövlət rəqabətin iştirakçısıdır
 - ☐ dövlət rəqabətin təminatçısıdır
 - ☒ dövlət rəqabət iştirakçılarının hamısına bərabər ilkin şərtlər təmin edir
 - ☐ dövlət rəqabəti bilavasitə təşkil edir
 - ☐ dövlət rəqabətin kəskinləşməsinin qarşısını alır
-

Sual: Aşağıdakılardan hansını rəqabətin aydın başa düşülməsi üçün yaxşı nümunə hesab etmək olar? (Çəki: 1)

- ☒ idman yarışlarını
 - ☐ xeyriyyə marafonunu
 - ☐ humanitar tədbirləri
 - ☐ "açıq qapı" qəbullarını
 - ☐ "qaynar xətt" xidmətlərini
-

Sual: Hansı səviyyədə rəqabətqabiliyyətlik firmanın inkişafı üçün daha önəmlidir? (Çəki:

1)

- ☐ yerli səviyyədə
- ☐ rayon səviyyəsində
- ☐ bazar səviyyəsində
- ☒ beynəlxalq səviyyədə
- ☐ milli səviyyədə

Sual: Rəqabət hansı firmalar arasında gedə bilər? (Çəki: 1)

- ☐ müxtəlif məhsullar istehsal edən firmalar arasında
- ☐ eyni məhsullar istehsal edən (xidmətlər göstərən) firmalar arasında
- ☒ müxtəlif bazarlarda olan firmalar arasında
- ☐ istehsalçı və tədarükçü firmalar arasında
- ☐ istehsalçı və xidmət göstərən firmalar arasında

Sual: Firmalar arasında olan rəqabətdən aşağıdakılardan hansının heç bir faydası olmur? (Çəki: 1)

- ☐ sahənin yaxşı firmaları
- ☐ dövlət
- ☐ istehlakçı
- ☐ rəqabətdə olan firmanın işçiləri
- ☒ rəqabətdə iştirak etməyən firmalar

Bölmə: 0502

Ad	0502
Suallardan	26
Maksimal faiz	26
Sualları qarışdırmaq	☒
Suallar təqdim etmək	1 %

Sual: Firmanın fəaliyyətinin xarici mühiti (makromühiti) aşağıdakı əlamətlərə malikdir: (Çəki: 1)

- ☒ makromühit bütün şirkətlər üçün ümumi olan şərtləri əks etdirir və heç bir firmaya münasibətdə spesifik xarakter daşımır;
- ☐ makromühit hər bir şirkət üçün spesifik olan şərtləri əks etdirir və hər bir firmaya münasibətdə spesifik xarakter daşıyır;
- ☐ makromühit bütün şirkətlər üçün ümumi olan şərtləri əks etdirir və hər bir firmaya münasibətdə spesifik xarakter daşıyır;
- ☐ makromühit hər bir şirkət üçün spesifik olan şərtləri əks etdirsə də heç bir firmaya münasibətdə spesifik xarakter daşımır;
- ☐ makromühit hər bir şirkət üçün spesifik şərtləri əks etdirir, lakin şirkət həmin şərtlərə birbaşa təsir göstərmək imkanında olmur.

Sual: Firmanın fəaliyyətinin xarici mühitinin (makromühitin) təhlili və qiymətləndirilməsi

zamanı hansı təhlil aləti tətbiq olunur? (Çəki: 1)

- ☐ SWOT-analiz;
 - ☒ PESTLE-analiz;
 - ☐ SNW-analiz;
 - ☐ bençmarkinq;
 - ☐ makroiqtisadi təhlil.
-

Sual: Strateji planlaşdırma prosesində PESTLE analiz nə üçün tətbiq edilir? (Çəki: 1)

- ☐ bazarda rəqabətin dinamikasını və inkişaf mərhələsini qiymətləndirmək üçün;
 - ☐ sahədə rəqabətin intensivlik səviyyəsini qiymətləndirmək üçün;
 - ☒ firmanın fəaliyyətinin xarici mühitinin (makromühitin) təhlili və qiymətləndirilməsi əsasında firmanın inkişafı üçün imkan və təhlükələrin aşkara çıxarılması üçün;
 - ☐ rəqib firmaların bazar davranışlarının və rəqabət üstünlüklərinin öyrənilməsi üçün;
 - ☐ firmanın daxili mühitinin analizi, habelə rəqabət potensialının və imkanlarının qiymətləndirilməsi üçün.
-

Sual: Aşağıdakılardan hansı firmanın fəaliyyətinə təsir göstərən siyasi mühit amili sayılır? (Çəki: 1)

- ☐ prezident seçkiləri;
 - ☐ bələdiyyə seçkiləri;
 - ☐ Dünya Ticarət Təşkilatına üzvolma;
 - ☒ Vergi və gömrük qanunvericiliyində dəyişikliklər;
 - ☐ regional integrasiyanın və qloballaşma prosesləri.
-

Sual: Aşağıdakı amillərdən hansı biri PESTLE analizin predmeti deyil? (Çəki: 1)

- ☐ siyasi və hüquqi mühit;
 - ☐ iqtisadi və sosial mühit;
 - ☐ texnoloji mühit;
 - ☐ ekoloji mühit;
 - ☒ rəqabət mühiti.
-

Sual: Firmanın fəaliyyət (xarici) mühitinə təsir göstərən sosial amillərə aşağıdakılar aiddir: (Çəki: 1)

- ☐ Ölkə prezidentinin seçkiləri, parlament seçkiləri, beynəlxalq təşkilatlara üzvolma, regional integrasiya, iqtisadiyyatın dövlət tənzimlənməsi;
 - ☐ ÜDM-in dinamikası, inflyasiya, milli valyutanın məzənnəsi, Mərkəzi Bankın uçot dərəcəsi, məşğulluğun dinamikası, bazar tsiklləri;
 - ☐ ETT-nin inkişaf meyilləri, ETLKİ, innovasiyalar, yeni məhsullar, yeni patentlər və s.;
 - ☒ cəmiyyətin əsas (milli) dəyərləri, həyat tərzinin dəyişiklikləri, əməyə və istirahətə münasibət, demoqrafik dəyişikliklər, dini amillər, vətəndaş cəmiyyətinin təsirləri;
 - ☐ mülki, ticarət və investisiya qanunvericiliyində dəyişikliklər, vergi və gömrük rejimi, lisenziyalasdırma sistemi, məhkəmə sistemi.
-

Sual: Aşağıdakılardan hansı firmanın fəaliyyətinə təsir göstərən ekoloji mühit amili hesab edilmir? (Çəki: 1)

- ☐ ölkədə yeni ekoloji tələblərin və standartların tətbiqi;

- ☐ ekoloji prosesləri tənzimləyən qanunvericilikdə baş verən dəyişikliklər;
 - ☐ ölkənin beynəlxalq ekoloji konvensiyalara qoşulması;
 - ☐ cəmiyyətin ekoloji proseslərə reaksiyası;
 - ☒ ölkədə il ərzində ətraf mühitə atılan tullantı sularının və zəhərli qazların adambaşına düşən həcmi.
-

Sual: İqtisadiyyat (sənaye) sahəsi nədir? (Çəki: 1)

- ☒ Eynitipli texnologiyalar əsasında eynicinsli və ya spesifik məhsullar istehsal edən müəssisələrin məcmusudur;
 - ☐ Eynitipli texnologiyalar əsasında eynicinsli və ya spesifik məhsullar istehsal edən sənaye sahələrinin məcmusudur;
 - ☐ Eynitipli texnologiyalar əsasında eynicinsli və ya spesifik məhsullar istehsal edən iş yerlərinin məcmusudur;
 - ☐ Müxtəlif tipli texnologiyalar əsasında geniş çeşiddə və nomenklaturada məhsul istehsal edən, iş görən və xidmətlər göstərən təsərrüfat subyektidir;
 - ☐ Qanunla qadağan edilməyən iqtisadi fəaliyyətlə gəlir əldə etmək üçün məşğul olan, ictimai tələbatları ödəmək üçün məhsul istehsal (hasil) edən, işlər görən və xidmətlər göstərən müəssisələrin məcmusudur.
-

Sual: İnkişaf strategiyasının işlənilməsi zamanı sahə təhlili nə üçün aparılır? (Çəki: 1)

- ☒ sahədəki rəqabət səviyyəsinin firmanın fəaliyyətinə və inkişafına təsirinin qiymətləndirilməsi üçün;
 - ☐ sahədə fəaliyyət göstərən firmaların sayının müəyyənləşdirilməsi üçün;
 - ☐ sahəni tərk etmək istəyən firmaların sayının dəqiqləşdirilməsi üçün;
 - ☐ sahənin hərəkətverici qüvvələrinin müəyyənləşdirilməsi üçün;
 - ☐ sahədə hakim iqtisadi xarakteristikaların müəyyənləşdirilməsi üçün.
-

Sual: Sahənin başlıca hərəkətverici qüvvələrinin müəyyən edilməsi zamanı aşağıdakı amillərdən hansı mühüm əhəmiyyət kəsb etmir? (Çəki: 1)

- ☒ müəssisənin sabit və dəyişən xərclərinin nisbəti;
 - ☐ böyük şirkətlərin bazara daxil olmaları və ya bazardan çıxmaları;
 - ☐ sahənin qloballaşma səviyyəsi;
 - ☐ istehlakçıların standart məhsullardan differensiallaşdırılmış məhsullara keçməsi;
 - ☐ qanunvericilikdəki dəyişikliklərin sahəyə təsiri.
-

Sual: Sahədə rəqabətin inkişaf mərhələsi qiymətləndirilərkən aşağıdakı meyarların hansından istifadə edilmir? (Çəki: 1)

- ☐ sahənin artım templəri;
 - ☐ sahənin inkişaf potensialı;
 - ☐ məhsulun təkmilləşdirilməsi imkanları;
 - ☐ texnologiyanın təkmilləşdirilməsi imkanları;
 - ☒ sahəyə daxilolma və sahədən çıxma maneələri.
-

Sual: Aşağıdakılardan hansı bazara giriş maneələrini yaradan zəmin hesab edilir? (Çəki: 1)

- ☒ hökumətin sahəyə münasibətdə siyasəti;

- ☐ hökumətin sosial siyasəti;
 - ☐ istehlakçıların ticarət markasına loyallığı;
 - ☐ əvəzedici məhsulların peyda olması;
 - ☐ istehlakçıların bazar hakimiyyəti.
-

Sual: Aşağıdakılardan hansı tədarükçülərin bazar hakimiyyətini müəyyən edən amil hesab edilir? (Çəki: 1)

- ☒ Malgöndərənlər üçün zəruri olan minimum tədarük həcmi;
 - ☐ miqyas effekti;
 - ☐ patentləşdirilmiş məhsullar arasında fərqlər;
 - ☐ kapitalla olan tələbat;
 - ☐ sahədən çıxma maneələri.
-

Sual: Aşağıdakılardan hansı biri sahə daxilində mövcud rəqiblərin bazar rəqabəti amili deyil? (Çəki: 1)

- ☐ sahədə rəqabət aparan firmaların sayı;
 - ☐ istehlakçıların ticarət markalarına loyallığı;
 - ☐ məhsula tələbatın getdikcə azalması;
 - ☒ rəqiblərin gözlənilən reaksiyası;
 - ☐ rəqib şirkətlər arasında olan böyük fərqlər.
-

Sual: Aşağıdakılardan hansı alıcıların bazar hakimiyyəti amili deyil? (Çəki: 1)

- ☐ alıcıların sayı və təmərküzləşmə səviyyəsi;
 - ☐ alıcıların ərazi strukturu;
 - ☐ alıcıların informasiya təminatı;
 - ☐ əvəzedici məhsulların mövcudluğu;
 - ☒ alıcıların ticarət markalarına üstünlük verməsi.
-

Sual: Aşağıdakılardan hansı alıcıların qiymət həssaslığı amili hesab edilmir? (Çəki: 1)

- ☐ ticarət markasının (brendin) tanınması;
 - ☒ alıcıların şirkətlər üzrə təmərküzləşmə səviyyəsi;
 - ☐ rəqiblərin mallarında olan fərqlər;
 - ☐ məhsulların istehlak xarakteristikaları;
 - ☐ alıcıların gəlirləri və tədiyə qabiliyyəti.
-

Sual: Firmalar arasında rəqabət nə zaman yaranır? (Çəki: 1)

- ☐ onlar eyni məhsul istehsal etdikdə
 - ☒ onların məqsədləri toqquşduqda
 - ☐ onlar fərqli məhsullar istehsal etdikdə
 - ☐ bir-birindən asılı olduqda
 - ☐ eyni ərazidə fəaliyyət göstərdikdə
-

Sual: Aşağıdakılardan hansı rəqabətin baş verməsi üçün zəruri şərtidir? (Çəki: 1)

- ☐ firmaların məqsədlərinin toqquşması
- ☐ iştirakçıların hamısının əldə etmək istədikləri məhdud miqdarda müküfat (mənfəət,

gəlir, bazar payı və başqa formalarda mükafat) uğrunda aparılması

- ☐ iştirakçıların sayının kifayət qədər çox olması
 - ☐ iştirakçıların hamısı üçün eyni olan və hamının əməl etdiyi qaydaların olması
 - ☒ bunların hamısı
-

Sual: Aşağıdakılardan hansı rəqabətin baş verməsi üçün zəruri şərtədir? (Çəki: 1)

- ☒ razılaşdırılmış (qəbul edilmiş) "oyun qaydaları"na iştirakçıların hamısının əməl etməsi
 - ☐ dəqiqləşdirilmiş "oyun qaydaları"nın yaradılmaması
 - ☐ "məqsəd vasitəni doğruldur" prinsipi
 - ☐ bunların heç biri
 - ☐ bunların hamısı
-

Sual: Aşağıdakılardan hansı rəqabətin baş verməsinə imkan verməz? (Çəki: 1)

- ☐ rəqabətin hamı üçün açıq və şəffaf keçirilməsi
 - ☐ bütün iştirakçıların rəqabətin nəticəsi ilə razılaşması və bunu qəbul etməsi
 - ☐ haqsız rəqabətin yolverilməzliyi
 - ☒ məlum "oyun qaydaları"na əməl edilməsinə iştirakçılardan birinin nəzarət etməsi
 - ☐ rəqiblərin hamısının razılaşdırılmış qaydalara əməl etmələrinə ədaləti təmin edən və son nəticəyə marağı olmayan (bitərəf) qurumun nəzarət etməsi
-

Sual: Rəqabət iştirakçılarının məqsədləri toqquşduqda: (Çəki: 1)

- ☐ rəqabət iştirakçıların bir hissəsi özlərinə daha yaxşı şərtlər tələb edirlər
 - ☐ mükafatların sayı ilə iştirakçıların sayı eyni olur
 - ☐ bazar informasiyasına çıxış imkanı çox olanlar dövlət tərəfindən fərqləndirilir
 - ☒ eyni istəkdə olan başqalarının varlığı onların hər birinə öz məqsədlərinə çatmasını çətinləşdirir
 - ☐ böyük firmalar kiçikləri sıradan çıxarır
-

Sual: Eyni sahədə rəqabət aparan firmaların məqsədləri hansı məsələdə toqquşa bilər? (Çəki: 1)

- ☐ bazar payının artırılması
 - ☐ mənfəətin maksimumlaşdırılması
 - ☐ müvafiq sahədə dövlət sifarişlərinin əldə edilməsi
 - ☒ bunların hamısı
 - ☐ bunların heç biri
-

Sual: Rəqabətin baş verməsi üçün bu, o qədər də önəmli deyil: (Çəki: 1)

- ☐ iştirakçıların maraqlarının toqquşması
 - ☒ eyni istəkdə olan bütün firmaların bərabər gücə malik olması
 - ☐ eyni istəkdə olan bütün firmaların mübarizəyə qoşulmasına şərait yaradılması
 - ☐ eyni istəkdə olan bütün firmaların rəqabətə qoşulması
 - ☐ iştirakçıların hamısının müəyyənləşdirilmiş qaydalara əməl etməsi
-

Sual: İqtisadi sahədə təminat altına alınmalı təməl insan haqları və azadlıqlarına aiddir: (Çəki: 1)

- ☐ təşəbbüskarlıq (sahibkarlıq) azadlığı
- ☐ müqavilə azadlığı
- ☐ mülkiyyət azadlığı
- ☐ seçim azadlığı
- ☒ bunların hamısı

Sual: Aşağıdakılardan hansı haqsız rəqabət hesab edilir? (Çəki: 1)

- ☐ rəqiblərin mübarizəyə girişinin əngəllənməsi və ya zorla oyundan kənarlaşdırılması
- ☐ üstün mövqedən sui istifadə edilməsi
- ☐ rəqiblər arasında anlaşma əldə edilməsi
- ☐ hiylə işlədilməsi və başqa bu kimi hallar
- ☒ bütün qeyd edilənlər

Sual: İqtisadiyyatda olan rəqabətin cəmiyyət üçün faydası nədir? (Çəki: 1)

- ☐ çoxlu sayda firmaların yaranmasını təmin edir
- ☐ çoxlu sayda iş yerlərinin yaradılmasına gətirib çıxarır
- ☒ məhdud resurslarından bütün cəmiyyətin mənafeyi naminə səmərəli və ədalətli istifadəni təmin etmək mexasnidir
- ☐ cəmiyyətin malik olduqları resursların istifadəsiz qalmasının qarşısını alır
- ☐ məhdud resurslardan daha böyük və güclü firmaların istifadəsini təmin etmək mexasnidir

BÖLMƏ: 0503

Ad	0503
Suallardan	27
Maksimal faiz	27
Sualları qarışdırmaq	☒
Suallar təqdim etmək	1 %

Sual: Aşağıdakı suallardan hansına makromühit (PESTLE) analizi çərçivəsində cavab axtarılır? (Çəki: 1)

- ☒ rəqibin başlıca rəqabət üstünlüyü hansıdır?
- ☐ siyasi situasuyadakı dəyişikliklər biznes üçün hansı imkan və təhlükələr yaradır?
- ☐ şirkətin fəaliyyətinə təsir göstərə biləcək başlıca siyasi meyllər hansılardır?
- ☐ iqtisadiyyatda gözlənilən əsas hadisələr biznesin perspektivlərinə necə təsir göstərə bilər?
- ☐ əhalinin gəlirlərində və alıcılıq qabiliyyətində baş verən dəyişikliklər firmanın məhsulunun satışlarına necə təsir göstərə bilər?

Sual: Firmanın fəaliyyətinin makromühitini müəyyən edən siyasi amillər hansılardır? (Çəki: 1)

- ☒ Ölkədə prezident seçkiləri, parlament seçkiləri, beynəlxalq təşkilatlara üzvolma, regional integrasiya, iqtisadiyyatın dövlət tənzimlənməsi;
 - ☐ ÜDM-in dinamikası, inflyasiya, milli valyutanın məzənnəsi, Mərkəzi Bankın uçot dərəcəsi, məşğulluğun dinamikası, bazar tsiklləri;
 - ☐ ETT-nin inkişaf meylləri, ETLKİ, innovasiyalar, yeni məhsullar, yeni patentlər və s.;
 - ☐ cəmiyyətin əsas (milli) dəyərləri, həyat tərzinin dəyişiklikləri, əməyə və istirahətə münasibət, demoqrafik dəyişikliklər, dini amillər, vətəndaş cəmiyyətinin təsirləri;
 - ☐ mülki, ticarət və investisiya qanunvericiliyində dəyişikliklər, vergi və gömrük rejimi, lisenziyalasdırma sistemi, məhkəmə sistemi.
-

Sual: Firmanın fəaliyyətinin makromühitini müəyyən edən iqtisadi amillər hansılardır? (Çəki: 1)

- ☐ Ölkədə prezident seçkiləri, parlament seçkiləri, beynəlxalq təşkilatlara üzvolma, regional integrasiya, iqtisadiyyatın dövlət tənzimlənməsi;
 - ☒ ÜDM-in dinamikası, inflyasiya, milli valyutanın məzənnəsi, Mərkəzi Bankın uçot dərəcəsi, məşğulluğun dinamikası, bazar tsiklləri;
 - ☐ ETT-nin inkişaf meylləri, ETLKİ, innovasiyalar, yeni məhsullar, yeni patentlər və s.;
 - ☐ cəmiyyətin əsas (milli) dəyərləri, həyat tərzinin dəyişiklikləri, əməyə və istirahətə münasibət, demoqrafik dəyişikliklər, dini amillər, vətəndaş cəmiyyətinin təsirləri;
 - ☐ mülki, ticarət və investisiya qanunvericiliyində dəyişikliklər, vergi və gömrük rejimi, lisenziyalasdırma sistemi, məhkəmə sistemi.
-

Sual: Aşağıdakılardan hansı firmanın fəaliyyətinə təsir göstərən iqtisadi mühit amili hesab edilmir? (Çəki: 1)

- ☐ İstehlak qiymətləri indeksinin səviyyəsi;
 - ☐ ÜDM-in artım dinamikası;
 - ☒ Dünya Ticarət Təşkilatına üzvolma;
 - ☐ Mərkəzi Bankın uçot dərəcəsi;
 - ☐ Pul-kredit siyasəti.
-

Sual: Firmanın fəaliyyətinin makromühitini müəyyən edən hüquqi amillər hansılardır? (Çəki: 1)

- ☐ Ölkədə prezident seçkiləri, parlament seçkiləri, beynəlxalq təşkilatlara üzvolma, regional integrasiya, iqtisadiyyatın dövlət tənzimlənməsi;
 - ☐ ÜDM-in dinamikası, inflyasiya, milli valyutanın məzənnəsi, Mərkəzi Bankın uçot dərəcəsi, məşğulluğun dinamikası, bazar tsiklləri;
 - ☐ ETT-nin inkişaf meylləri, ETLKİ, innovasiyalar, yeni məhsullar, yeni patentlər və s.;
 - ☐ cəmiyyətin əsas (milli) dəyərləri, həyat tərzinin dəyişiklikləri, əməyə və istirahətə münasibət, demoqrafik dəyişikliklər, dini amillər, vətəndaş cəmiyyətinin təsirləri;
 - ☒ mülkiyyətin hüquqi qorunması, mülki, ticarət və investisiya qanunvericiliyində dəyişikliklər, vergi və gömrük rejimi, lisenziyalasdırma sistemi, məhkəmə sistemi.
-

Sual: Aşağıdakılardan hansı biznes üçün əlverişli hüquqi mühitə qarşı qoyulan tələblər sırasında deyil? (Çəki: 1)

- ☐ Hüququn üstünlüyü – bütün hadisə və proseslərin qanunla tənzimlənməsi;
- ☐ Qanun qarşısında hamının bərabərliyi;
- ☐ Mülkiyyət toxunulmazlığına zəmanət;

- ☒ Proseslərin çevikliyi təmin edilməsi üçün qanunvericiliyin tənzimləyə bilmədiyi münasibətlərin icra hakimiyyəti strukturlarının ixtiyarına verilməsi;
 - ☐ Müstəqil və ədalətli məhkəmə sistemi.
-

Sual: Firmanın fəaliyyətinin makromühitini müəyyən edən texnoloji mühit amilləri hansılardır? (Çəki: 1)

- ☐ Ölkədə prezident seçkiləri, parlament seçkiləri, beynəlxalq təşkilatlara üzvlük, regional integrasiya, iqtisadiyyatın dövlət tənzimlənməsi;
 - ☐ ÜDM-in dinamikası, inflyasiya, milli valyutanın məzənnəsi, Mərkəzi Bankın uçot dərəcəsi, məşğulluğun dinamikası, bazar tsiklləri;
 - ☒ ETT-nin inkişaf meyilləri, ETLKİ, innovasiyalar, yeni məhsullar, yeni patentlər və s.;
 - ☐ cəmiyyətin əsas (milli) dəyərləri, həyat tərzinin dəyişiklikləri, əməyə və istirahətə münasibət, demoqrafik dəyişikliklər, dini amillər, vətəndaş cəmiyyətinin təsirləri;
 - ☐ mülkiyyətin hüquqi qorunması, mülki, ticarət və investisiya qanunvericiliyində dəyişikliklər, vergi və gömrük rejimi, lisenziyalasdırma sistemi, məhkəmə sistemi.
-

Sual: Sahənin investisiya cəlb ediciliyinin təhlili alqoritmi hansı mərhələlərdən ibarətdir? 1. Sahədə rəqabətin intensivlik səviyyəsinin qiymətləndirilməsi; 2. Sahənin inkişaf mərhələsinin qiymətləndirilməsi; 3. Sahədə rəqabətin inkişaf mərhələsinin qiymətləndirilməsi; 4. Sahənin inkişaf templərinin qiymətləndirilməsi; 5. Sahənin ölkə iqtisadiyyatındakı mövqeyinin qiymətləndirilməsi (Çəki: 1)

- ☐ bunların hamısı;
 - ☐ 1, 2 və 3;
 - ☒ 1 və 3;
 - ☐ 2, 4 və 5;
 - ☐ 1, 3 və 5.
-

Sual: Aşağıdakılardan hansı sahənin hakim iqtisadi xarakteristikalarının müəyyən edilməsi parametri deyil? (Çəki: 1)

- ☐ Sahədə firmaların sayı və onların bazar payı;
 - ☐ Məhsulun differensiasiya səviyyəsi;
 - ☐ Məhsulun xarakteristikası;
 - ☒ İctimai dəyərlərin və həyat tərzinin dəyişiklikləri;
 - ☐ Sahəyə yeni firmaların daxil olması imkanları.
-

Sual: Aşağıdakı amillərin hansının təhlili sahənin başlıca hərəkətverici qüvvələrini aşkara çıxarmağa imkan verə bilər? (Çəki: 1)

- ☐ Marketing innovasiyaları və istehlakçıların standart məhsullardan differensiallaşdırılmış məhsullara keçməsi;
 - ☐ Sahədə globalaşma, ictimai dəyərlərin və həyat tərzinin dəyişiklikləri və b) Biznesdə qeyri-müəyyənliyin və risklərin azalması;
 - ☐ Böyük şirkətlərin bazara daxil olmaları və ya bazardan çıxmaları, qanunvericilikdəki dəyişikliklərin təsiri və xərclərdə-mənfəətdə dəyişikliklər;
 - ☒ Bunların hamısı;
 - ☐ Bunların heç biri.
-

Sual: Sahə analizi ilə bağlı söylənilən aşağıdakı fikirlərdən hansı yanlıştır? (Çəki: 1)

- ☐ sahənin nisbətən yüksək artım templərində firmaların rəqabət davranışlarında aqressivlik nisbətən aşağı olur, çünki bu halda hər bir şirkət özünün bazar payını dəyişmədən satış həcmi artırma bilər;
 - ☒ sahənin nisbətən yüksək artım templərində firmaların rəqabət davranışlarında aqressivlik nisbətən yüksək olur, çünki bu halda hər bir şirkət özünün bazar payını dəyişmədən satış həcmi artırma bilər.
 - ☐ bütün sahədə və ya sahənin əsas şirkətləri arasında mənfəət çatışmazlığı rəqabət davranışlarının qeyri-müəyyənliyini artırır;
 - ☐ investisiyalar daimi xərclərin payının artmasına gətirib çıxarır ki, qiymət rəqabətinin kəskinləşdiyi şəraitdə bu, xərclərin azalmasına gətirib çıxara bilər;
 - ☐ sahədə miqyas artımından əldə edilən qənaətin üstünlüyü aşkar hiss edildikdə firmaların rəqabət davranışları daha aqressiv olur;
-

Sual: Əvəzedici məhsullar nə zaman firma üçün rəqabət təhlükəsi yaratmır? (Çəki: 1)

- ☐ Firmanın istehsal etdiyi məhsulu tamamilə əvəz edə bildikdə;
 - ☐ Əvəzedici məhsulların miqdarı çox, qiyməti sərfəli və istehlak xassələri kafi olduqda;
 - ☐ Əvəzedici məhsullara keçid böyük xərclər tələb etmədikdə;
 - ☐ Sahədə mövcud mallarla müqayisədə daha yaxşı qiymət və keyfiyyət nisbətini təmin etmək qabiliyyətində olduqda ;
 - ☒ Firmanın bazara nəzarət imkanları çox böyük olduqda.
-

Sual: Bazarda yeni rəqiblərin meydana çıxmasının mümkün təhlükələri aşağıdakı amillərdən asılıdır: Mövcud rəqiblərin reaksiyasından; 2. İstehlakçıların qiymət həssaslığından; 3. Məhsulun differensiallaşma dərəcəsindən; 4. Sahəyə (bazara) giriş maneələrindən; 5. İştirakçı firmalar arasında fərqlərdən; 6. Sahədən çıxış maneələrindən. (Çəki: 1)

- ☒ 1 və 4;
 - ☐ 2, 4 və 6;
 - ☐ 1, 2 və 3;
 - ☐ 4, 5 və 6 ;
 - ☐ Bunların hamısı.
-

Sual: Aşağıdakılardan hansı bazara giriş maneələrini yaradan zəmin hesab edilmir? (Çəki: 1)

- ☐ miqyas artımından qənaət;
 - ☐ məhsulun differensiasiyalaşdırılması;
 - ☒ istehlakçıların ticarət markasına loyallığı;
 - ☐ kapitala olan tələbat;
 - ☐ bölgü kanallarına çıxış.
-

Sual: Tədarükçülərin bazar hakimiyyəti haqqında aşağıdakı fikirlərdən hansı yanlıştır? (Çəki: 1)

- ☐ Tədarükçülər müqavilələrin bağlanması zamanı qiymətlərin qaldırılması yaxud göndərilən malın keyfiyyətinin azaldılması yolu ilə bazar iştirakçılarına təzyiq göstərir;
- ☐ Tədarükçülərin gücü tədarük şərtlərinin (qiymət və keyfiyyət) dəyişdirilməsi istiqamətində istehlakçılara (bazar iştirakçılarına) təzyiq göstərmək qabiliyyətindən asılıdır;

- ☐ Tədarükçülərin təzyiqinin səviyyəsi sahədə istehlakçılarla tədarükçülərin qarşılıqlı fəaliyyət səviyyəsindən asılıdır;
 - ☒ tədarükçünün göndərdiyi malların əvəzədiciləri az olduqda və ya heç olmadıqda, habelə alıcı şirkət üçün mühüm əhəmiyyət kəsb etdikdə tədarükçünün şirkətə təzyiq göstərmək imkanı azalır;
 - ☐ tədarükçünün göndərdiyi malların əvəzədiciləri az olduqda və ya heç olmadıqda, habelə alıcı şirkət üçün mühüm əhəmiyyət kəsb etdikdə tədarükçünün daha güclü təzyiq göstərmək imkanı yaranır.
-

Sual: Sahədə mövcud şirkətlər arasında rəqabətin intensivliyi rəqiblərin aşağıdakı göstəriciləri hansı fəallıqla dəyişməsi cəhdlərindən asılıdır: (Çəki: 1)

- ☐ məhsulların sayı və iqtisadi parametrləri;
 - ☐ əmək məhsuldarlığı, istehsal xərcləri və məhsulun çeşidi;
 - ☒ məhsulun qiyməti, keyfiyyəti və çeşidi;
 - ☐ məhsulun qiyməti, istehsal xərcləri və mənfəət;
 - ☐ istehsal xərcləri, satışın həcmi və rentabellik.
-

Sual: Aşağıdakılardan hansı sahə daxilində mövcud rəqiblərin bazar rəqabəti amilidir? (Çəki: 1)

- ☒ başqa sahənin böyük şirkəti tərəfindən bu sahənin bir müəssisəsinin alınması;
 - ☐ əvəzədicilərin mövcudluğu;
 - ☐ tədarük xərcləri;
 - ☐ rəqiblərin gözlənilən reaksiyası;
 - ☐ alıcıların informasiya təminatı.
-

Sual: Rəqabət iştirakçılarının məqsədlərinin toqquşması nə deməkdir? (Çəki: 1)

- ☐ qeyri-məhdud miqdarda bir şeyi əldə etmək istəyən firmaların sayının məhdud olması
 - ☐ rəqabət iştirakçıları arasında hər hansı bir fərqləndirmənin və ya ayrışdırılışın yolverilməzliyi
 - ☒ məhdud miqdarda bir şeyi əldə etmək istəyən çoxlu sayda rəqiblərin olması
 - ☐ müxtəlif növ məhsul istehsalçıları arasında əlaqələrin yaradılması ilə bağlı maraqların toqquşması
 - ☐ rəqabət iştirakçıları arasında bəzilərinin daha güclü olması
-

Sual: Rəqabətin baş verməsi üçün aşağıdakılardan hansı önəmlidir? (Çəki: 1)

- ☐ rəqabət iştirakçılarının məqsədlərinin toqquşması
 - ☐ təməl insan haqlarının və azadlıqların təminat altına alınması
 - ☐ mübarizənin aparılması üçün razılaşdırılmış və hamı tərəfindən qəbul edilən qayda və qadağaların olması
 - ☐ rəqabət iştirakçıları arasında hər hansı bir fərqləndirmənin və ya ayrışdırılışın yolverilməzliyi
 - ☒ bunların hamısı
-

Sual: Rəqabət nədir? (Çəki: 1)

- ☐ məhdud bir şeyi əldə etmək uğrunda dəqiqləşdirilməmiş qaydalar şəraitində təməl

insan haqqlarına və azadlıqlarına təminat verildiyi və heç bir fərqləndirmənin və ayrışdırılışın olmadığı bir şəraitdə birdən çox oyunçu (iştirakçı) arasında baş verən mübarizədir

● müəyyənləşdirilmiş qaydalar çərçivəsində, təməl insan haqqlarına və azadlıqlarına təminat verildiyi və heç bir fərqləndirmənin və ayrışdırılışın olmadığı bir şəraitdə məhdud bir şeyi əldə etmək uğrunda məqsədləri toqquşan birdən çox iştirakçı arasında baş verən mübarizədir

○ məhdud bir şeyi paylaşmaq və ya bir mükafat əldə etmək uğrunda razılaşdırılmış (qəbul edilmiş) qayda və qadağalar çərçivəsində, iştirakçılara fərdi yanaşmanın tətbiq edildiyi bir şəraitdə birdən çox oyunçu (iştirakçı) arasında oynanan bir oyun və ya yarışma (mübarizə) olaraq izah edilə bilər

○ təməl insan haqqlarına və azadlıqlarına təminat verildiyi və heç bir fərqləndirmənin və ayrışdırılışın olmadığı bir şəraitdə qeyri-məhdud bir şeyi əldə etmək uğrunda məhdud sayda iştirakçı arasında baş verən mübarizədir

○ müəyyənləşdirilmiş qaydalar çərçivəsində iştirakçılar arasında heç bir fərqləndirmənin və ayrışdırılışın olmadığı bir şəraitdə məhdud bir şeyi əldə etmək uğrunda məqsədləri toqquşmayan müxtəlif firmalar arasında baş verən mübarizədir

Sual: Təməl insan haqqlarının və azadlıqların təminat altına alınmasının rəqabət üçün əhəmiyyəti kimi aşağıda qeyd edilən fikirlərdən hansı yanlıştır? (Çəki: 1)

- rəqabət iştirakçılarının mümkün olan ən yaxşı nəticəyə nail olmalarına imkan verir
 - iştirakçıların rəqabətə giriş və çıxış sərbəstliklərini təmin edir
 - firmalar üçün şəffaflığı təmin edir və iştirakçıların doğru qərarlar qəbil etməsini asanlaşdırır
 - rəqabət iştirakçılarının daha yaxşılıqlarına üstün mövqe formalaşdırır
 - iş adamlarının təşəbbüskarlığına və novatorluğuna şərait yaradır
-

Sual: Aşağıdakı fikirlərdən hansı yanlıştır? (Çəki: 1)

- Rəqabətin aparılması üçün razılaşdırılmış, hamı tərəfindən qəbul və əməl edilən qaydalar olmalıdır
 - Rəqabət hər bir iştirakçının özü istədiyi kimi davranma biləcəyi bir oyun deyildir
 - Rəqabət hər bir iştirakçının özü istədiyi kimi davranma biləcəyi bir oyundur
 - Rəqabət bütün iştirakçılar üçün eyni olan qaydalar və hüquqi rejim şəraitində mümkün ola bilər
 - Qayda və qadağaların razılaşdırılmadığı (müəyyən edilmədiyi) bir mübarizədə rəqabətin haqlılığını müəyyən etmək mümkünsüzdür
-

Sual: Rəqabət iştirakçıları arasında fərqləndirmə və ya ayrışdırılış hansı formada ola bilər? (Çəki: 1)

- rəqabətin bəzi iştirakçılarının ümumi mübarizə şərtlərinə və ya qaydalara əməl etməkdən yan keçməsi, başqalarının yararlanma bilmədiyi dəstək və yardımlar alması
 - mübarizəyə qatılma, öhdəliklərini yerinə yetirmə və qaydalara əməl etmə məsələlərində heç bir iştirakçının fərqli bir statusa sahib olmaması
 - rəqabətə giriş və ya çıxış məhdudiyyətlərinin qoyulmaması
 - rəqiblərin bu oyuna girişinin əngəllənməsi və ya zorla oyundan kənarlaşdırılmasının yolverilməzliyi
 - rəqiblər arasında anlaşmanın əldə edilməsinin yolverilməzliyi
-

Sual: Rəqabətdə qalibləri müəyyən edən: (Çəki: 1)

- ☐ dövlətdir
- ☐ firmalardır
- ☒ istehlakçılardır
- ☐ dövlət məmurlarıdır
- ☐ bunların hamısıdır

Sual: Aşağıdakı şərtlərdən hansı cəmiyyətdə rəqabət mədəniyyətinin inkişaf etdiyini göstərir? (Çəki: 1)

- ☐ cəmiyyətdə uğurun ancaq rəqabət şəraitində əldə edilə biləcəyinə inam və etimad geniş yayılıbsa
- ☐ cəmiyyətdə rəqabət qaydalarına əməl etmə məsuliyyəti yüksəkdirsə
- ☐ rəqabət qaydalarını heç kim özünün maraqlarına görə müəyyən etmərsə və ya dəyişdirmərsə
- ☐ qaydalara uyğun bir rəqabətin uzun müddətli dövrdə hamıya faydalı olacağına cəmiyyətdə inam geniş yayılıbsa
- ☒ bunların hamısı

Sual: Rəqabət haqqında aşağıdakı fikirlərdən hansı yanlısdır? (Çəki: 1)

- ☐ rəqabət resursların səmərəli və ədalətli bölgüsünü təmin edən pozitiv bir mexanizmdir
- ☐ rəqabət yaxşının pisdən fərqləndirilməsini və yaxşının mükafatlandırılmasını təmin edir
- ☐ rəqabət iştirakçıları davamlı olaraq öz işlərini təkmilləşdirməyə və inkişaf etməyə vadar edir
- ☒ rəqabət iştirakçıları davamlı olaraq özlərini təkmilləşdirməyə və nəyin bahasına olursa olsun qalib gəlməyə vadar edir
- ☐ rəqabət məhdud resurslarından bütün cəmiyyətin mənafeyi naminə səmərəli və ədalətli istifadəni təmin etmək mexanizmidir

Sual: "Porterin beş qüvvəsi"ndən hansının rəqabətə təsiri daha az hesaba gəlir? (Çəki: 1)

- ☐ Sahədə mövcud firmaların rəqabəti
- ☒ Sahəyə yeni daxil ola biləcək potensial rəqiblər
- ☐ Əvəzedici məhsulların təhlükəsi
- ☐ Alıcıların bazar hakimiyyəti
- ☐ Tədarükçülərin bazar hakimiyyəti

Bölmə: 0601

Ad	0601
Suallardan	11
Maksimal faiz	11
Sualları qarışdırmaq	☒
Suallar təqdim etmək	2 %

Sual: Aşağıdakılardan hansı firmanın daxili mühitinin analizi alətidir? (Çəki: 1)

- ☐ makroiqtisadi analiz;
 - ☐ PESTLE-analiz;
 - ☒ SNW-analiz;
 - ☐ bençmarkinq;
 - ☐ SWOT-analiz.
-

Sual: SNW analiz nə üçün istifadə edilir? (Çəki: 1)

- ☒ firmanın rəqiblərlə müqayisədə güclü, zəif və neytral tərəflərinin müəyyənləşdirilməsi üçün;
 - ☐ firmanın xarici mühit amillərinin analizi üçün;
 - ☐ firmanı gözləyən imkan və təhlükələrin müəyyənləşdirilməsi üçün;
 - ☐ firmanın maliyyə potensialının dəqiqləşdirilməsi üçün;
 - ☐ firmanın fəaliyyətinin səmərəliliyinin qiymətləndirilməsi üçün.
-

Sual: Aşağıdakı parametrlərdən hansı biri firmanın daxili mühitinin analizində istifadə edilmir? (Çəki: 1)

- ☒ firmanın əsas rəqiblərinin imici;
 - ☐ firmada istehsalın təşkili səviyyəsi;
 - ☐ firmanın marketinq fəaliyyətinin səviyyəsi;
 - ☐ firmada menecmentin keyfiyyəti;
 - ☐ firmanın işçi heyətinin keyfiyyəti.
-

Sual: Aşağıdakı parametrlərdən hansı biri firmanın daxili mühitinin analizində istifadə edilir? (Çəki: 1)

- ☒ firmanın bazar reputasiyası (etibarı);
 - ☐ istehlakçıların ticarət markalarına loyallığı;
 - ☐ tədarükçülərin etibarlılığı;
 - ☐ firmanın məhsulunun alıcılarının ərazi strukturu;
 - ☐ firmanın məhsulunun alıcılarının sosial strukturu.
-

Sual: Firmanın “zəif tərəfləri” onun mövqeyini nə zaman zəiflədir? (Çəki: 1)

- ☐ hər zaman;
 - ☐ məhsulun satışı zamanı;
 - ☒ bu, rəqabət mübarizəsində həmin tərəflərin əhəmiyyətindən və firmanın bunları başqa resurslarla kompensasiya etmək qabiliyyətindən asılıdır;
 - ☐ firma sahə daxilindəki mövqeyini gücləndirməyə çalışan zaman;
 - ☐ firma yeni bazarlarda möhkəmlənməyə cəhd edən zaman.
-

Sual: Aşağıdakılardan hansı firmanın “güclü tərəf”i sayılır? (Çəki: 1)

- ☐ təcrübə və bacarıqlar;
- ☐ dəyərli maddi aktivlər;
- ☐ ixtisaslı və peçəkar kadrlar;
- ☒ istifadə olunmayan istehsal güclərinə malik olma;

- ☐ dəyərli təşkilati resurslar.
-

Sual: Aşağıdakılardan hansı firmada istehsalın təşkilinin analizi ilə bağlı deyil? (Çəki: 1)

- ☐ ehtiyatlara nəzarət sisteminin təşkili;
☐ istehsal miqyasından qənaət;
☐ istehsal güclərinin texniki effektivliyi və yüklənməsi;
☒ kommunikasiya sisteminin təşkili;
☐ keyfiyyətə nəzarətin təşkili.
-

Sual: Bençmarkinq nədir? (Çəki: 1)

- ☐ firmanın daxili mühitini qiymətləndirmək üçün təhlil alətidir;
☐ firmanın xarici mühit amillərinin təhlilidir;
☒ firmanın başlıca uğur amillərinin rəqib firmaların müvafiq parametrləri ilə müqayisəli təhlilidir;
☐ firmanın bazar uğurunu təmin edəcək xarici imkanların aşkarlanması alətidir;
☐ sahə daxilində rəqabət intensivliyini qiymətləndirmək üçün müqayisəli təhlildir.
-

Sual: Bençmarkinq aşağıdakı parametrlərin hansıları üzrə aparılır? (Çəki: 1)

- ☐ firmanın bazar payı, məhsulun maya dəyəri, qiyməti və rentabelliği;
☐ istehsal texnologiyası, innovasiya potensialı, firmanın imici, məhsuldarlığı;
☐ məhsulun keyfiyyəti, çeşidi, satış həcmi və kanalları, satışdan sonrakı xidmət;
☐ işçilərin bilik və bacarıqları, menecerlər komandasının qabiliyyəti, müəssisədə sosial münasibətlərin xarakteri;
☒ bunların hamısı.
-

Sual: Firmada resursların mövcudluğunun analizi: (Çəki: 1)

- ☒ şirkətin malik olduğu bütün resurs növləri üzrə aparılır;
☐ yalnız özünün xüsusi vəsaitləri olan resurslar üzrə aparılır;
☐ yalnız borc vəsaitləri üzrə olan resurslar üzrə aparılır;
☐ yalnız istehsal sferasında olan resurslar üzrə aparılır;
☐ rəqib firmalarla müqayisəli təhlil formasında aparılır.
-

Sual: Firmanın başlıca kompetensiyaları (səriştələri) dedikdə nə başa düşülür? (Çəki: 1)

- ☐ firmanın qarşıya qoyulan məqsədə nail olunma dərəcəsi;
☐ firmanın son nəticələrə necə və nə qədər xərclə nail olunması;
☐ başqa firmalarla müqayisədə şirkətin bazar payını müəyyən edən amillər;
☒ digər şirkətlərlə (rəqiblərlə) müqayisədə şirkətə rəqabət üstünlükləri verən imkan və resurslar;
☐ firmanın güclü və zəif tərəfləri.
-

BÖLMƏ: 0602

Ad 0602

Suallardan 8

Maksimal faiz 8

Sual: Aşağıdakı parametrlərdən hansı biri firmanın daxili mühitinə analizində istifadə edilmir? (Çəki: 1)

- ☐ firmanın korporativ (ümumi) siyasəti;
- ☐ firmanın konkret fəaliyyət (biznes) növləri üzrə biznes-strategiyaları;
- ☒ firmanın təsərrüfat fəaliyyətini tənzimləyən qanunvericilik bazası;
- ☐ firmanın təşkilati strukturu;
- ☐ firmanın ümumi maliyyə durumu.

Sual: Aşağıdakı parametrlərdən hansı biri firmanın daxili mühitinə analizində istifadə edilmir? (Çəki: 1)

- ☐ firmanın xərclərinin strukturu;
- ☐ firmanın istehsal etdiyi məhsulun keyfiyyət xarakteristikası;
- ☐ firmanın məhsulunun satış şəbəkəsi;
- ☒ firmanın istehsal etdiyi məhsul üzrə bazar konyunkturasi;
- ☐ firmada informasiya texnologiyalarının tətbiqi səviyyəsi.

Sual: Aşağıdakı parametrlərdən hansı biri firmanın daxili mühitinə analizində istifadə edilir? (Çəki: 1)

- ☐ firmanın ödədiyi vergilərin dərəcələri;
- ☐ firmanın fəaliyyətinin texnoloji mühiti;
- ☐ firmanın yeniliklərin tətbiqinə stimullaşdıran hüquqi əsaslar;
- ☒ firmada yeniliklərin tətbiqi vəziyyəti;
- ☐ hökumətin elmi-texniki siyasəti.

Sual: Aşağıdakı parametrlərdən hansı biri firmanın daxili mühitinə analizində istifadə edilmir? (Çəki: 1)

- ☐ firmanın dövlət hakimiyyəti orqanları ilə münasibətləri;
- ☒ hökumətin iqtisadi siyasətinə firmanın münasibəti;
- ☐ həmkarlar ittifaqı ilə firmanın münasibətləri;
- ☐ firmanın korporativ mədəniyyəti;
- ☐ strateji alyanslarla firmanın münasibətləri.

Sual: Aşağıdakı parametrlərdən hansı biri firmanın daxili mühitinə analizində istifadə edilir? (Çəki: 1)

- ☐ məhsulun satışdan sonrakı hərəkəti;
- ☒ firmada "satışdan sonra xidmət" in təşkili səviyyəsi;
- ☐ firmada "satışa qədər xidmət" in təşkili səviyyəsi;
- ☐ firmanın məhsulunun satışını tənzimləyən qanunvericilik bazasının durumu;
- ☐ firmanın istifadə etdiyi bazar infrastrukturunun səviyyəsi.

Sual: Aşağıdakılardan hansı biri firmanın “güclü tərəf”i ola biləcək qeyri-maddi aktivləri sırasına aid deyil? (Çəki: 1)

- ☐ ticarət markasının cəlbedici imici;
- ☐ şirkətin yaxşı reputasiyası (etibarlılığı);
- ☐ alıcıların (müşərilərin) firmaya bağlılığı;
- ☒ mühüm məmulat növlərinə olan patentlər;
- ☐ motivasiyalı və enerjili iş qüvvəsi.

Sual: Bençmarkinq texnologiyası nə üçün tətbiq edilir? (Çəki: 1)

- ☐ bazarda rəqabətin dinamikasını və inkişaf mərhələsini qiymətləndirmək üçün;
- ☐ sahədə rəqabətin intensivlik səviyyəsini qiymətləndirmək üçün;
- ☐ sahədə rəqabətin inkişaf mərhələsini qiymətləndirmək üçün
- ☒ firmanın sahə daxilində rəqabət mövqeyinin qiymətləndirilməsi, rəqib firmaların bazar davranışlarının və rəqabət üstünlüklərinin öyrənilməsi üçün;
- ☐ firmanın daxili mühitinin analizi, habelə rəqabət potensialının və imkanlarının qiymətləndirilməsi üçün.

Sual: Firmanın daxili mühitinin strateji analizi aşağıdakılardan ibarətdir: (Çəki: 1)

- ☒ firmanın resurslarının təhlili və qiymətləndirilməsi, firmanın həlledici kompetensiyalarının və rəqabət üstünlüklərinin təhlili, firmanın güclü və zəif tərəflərinin müəyyən edilməsi;
- ☐ menecmentin təhlili, işçi heətinin təhlili, idarəetmə təhlili, maliyyə təhlili, firmanın tədiyyə qabiliyyətliliyinin təhlili, sosial münasibətlərin təhlili;
- ☐ maya dəyərinin və istehsal xərclərinin təhlili, istehsalın effektivliyinin təhlili, resursların mənbələr üzrə təhlili, maliyyə axınlarının təhlili;
- ☐ SWOT-analiz, funksional dəyər təhlili, rentabelliğin təhlili, bençmarkinq;
- ☐ menecerlərin və işçilərin sosial-psixoloji vəziyyətinin qiymətləndirilməsi, maliyyə durumunun təhlili, istehsal potensialının təhlili, bazar imkanlarının təhlili.

Bölmə: 0603

Ad	0603
Suallardan	11
Maksimal faiz	11
Sualları qarışdırmaq	☒
Suallar təqdim etmək	1 %

Sual: Firmanın daxili mühitinin analizi zamanı onun fəaliyyət parametrlərinin necə müqayisəsi aparılır? (Çəki: 1)

- ☐ firmanın fəaliyyət parametrlərinin keçmiş və indiki durumunun müqayisəsi;
- ☐ firmanın fəaliyyət parametrlərinin indiki və gələcək durumunun müqayisəsi;
- ☐ firmanın fəaliyyət parametrlərinin plan və hesabat (real) göstəricilərinin müqayisəsi;
- ☒ firmanın fəaliyyət parametrlərinin rəqib firmaların müvafiq parametrləri ilə müqayisəsi;
- ☐ firmanın fəaliyyət parametrlərinin müvafiq sahə standartları ilə müqayisəsi.

Sual: Firmanın “güclü tərəfləri” dedikdə nə başa düşülür? (Çəki: 1)

- ☐ rəqibləri ilə müqayisədə firmanın daha çox malik olduğu maddi resurslar;
 - ☐ firmanın rəqibləri ilə müqayisədə daha çox maliyyə resurslarına malik olması;
 - ☐ firmanın miqyasca daha böyük olması;
 - ☐ firmada boşdayanmaların olmaması;
 - ☒ firmanın rəqiblərini üstələyən fəaliyyətləri yaxud ona əlavə rəqabət üstünlükləri təmin edən xüsusiyyətləri
-

Sual: Aşağıdakılardan hansı firmanın “zəif tərəfi” kimi qəbul edilə bilməz? (Çəki: 1)

- ☐ rəqabət üçün əhəmiyyətli resursların yoxluğu;
 - ☐ rəqabət üçün əhəmiyyətli resursların çatışmazlığı;
 - ☐ firmanın rəqiblərindən geridə qaldığı fəaliyyətləri;
 - ☐ firmanı əlverişsiz vəziyyətə qoyan şərtlər;
 - ☒ rəqibi ilə müqayisədə firmanın yaşının az olması.
-

Sual: Firmanın “neytral tərəfləri” haqqında aşağıdakı fikirlərdən hansı yanlıştır? (Çəki: 1)

- ☐ bunlar rəqiblə müqayisədə firmaya rəqabət üstünlüyü təmin etmir, eyni zamanda həm də rəqabət mübarizəsində firmanın uduzmağına gətirib çıxarmır;
 - ☒ bunlar - rəqib şirkətlərin oxşar parametrləri olmadığından firmanın müqayisəyə gəlməyən tərəfləridir;
 - ☐ bu tərəflər üzrə firmanın rəqabət gücü rəqib şirkətlərin gücünə təqribən bərabərdir;
 - ☐ strategiyanın reallaşdırılması zamanı vəziyyətdən asılı olaraq bunlar firmanın güclü yaxud zəif tərəflərinə çevrilə bilər;
 - ☐ bunların hamısı.
-

Sual: Aşağıdakı suallardan hansı firmanın təşkilati mədəniyyətinin analizi ilə bağlı deyil? (Çəki: 1)

- ☒ firmada işçi axıçılığı və işburaxma halları nə qədər geniş yayılıb?
 - ☐ firma ətraf mühitlə qarşılıqlı münasibətlərini necə qurur?
 - ☐ firma öz müştərilərinə necə yanaşır?
 - ☐ firma rəqabət mübarizəsini aparmaq üçün hansı üsullardan istifadə edir?
 - ☐ firmada insanlar arasında münasibətlər necə qurulub?
-

Sual: Aşağıdakı əlamətlərdən hansı zəif təşkilati mədəniyyətinə malik firmaya xasdır? (Çəki: 1)

- ☒ nəşrlərdə və çıxışlarda öz fəaliyyətinin formal təşkilati və keyfiyyət aspektlərindən danışmağa cəhdlər edir;
 - ☐ hər zaman firmada işləyən insanların dəyərini və əhəmiyyətini qeyd edir;
 - ☐ öz fəlsəfəsini işçilərinə və digər insanlara izah etməyə çalışır;
 - ☐ firmanın dəyərlərini təbliğ edir;
 - ☐ etika kodeksi, korporativ dəyərlər bəyannaməsi kimi sənədlərə malik olur.
-

Sual: . Firmanın təşkilati mədəniyyətinin formalaşmasında idarəetmə təsirinin hansı üsullarına üstünlük verilir? (Çəki: 1)

- ☐ inzibati üsullara;

- ☐ iqtisadi üsullara;
 - ☒ sosial-psixoloji üsullara;
 - ☐ bunların hamısına;
 - ☐ bunların heç birinə.
-

Sual: Bençmarkinq barəsində aşağıda deyilən fikirlərdən hansı biri yanlıştır? (Çəki: 1)

- ☐ Bençmarkinq – qabaqcıl şirkətlərin (rəqiblərin) bazardakı fəaliyyətlərini öyrənməyə və yaxşı təcrübələrdən faydalanmağa xidmət edir;
 - ☒ Bençmarkinq – firmanın fəaliyyətinin xarici mühit amillərinin təhlil etməklə firmanı gözləyən imkan və təhlükələri aşkara çıxarmağa imkan verir;
 - ☐ Bençmarkinq – rəqib firmaların müvafiq parametrləri ilə müqayisəli təhlil əsasında firmanın mühüm uğur amillərini və zəif yerlərini müəyyənləşdirməyə imkan verir;
 - ☐ Bençmarkinq – sahədəki başqa firmalara yalnız rəqib kimi yox, həm də qabaqcıl və faydalı təcrübə mənbəyi kimi yanaşmağı tələb edir;
 - ☐ Bençmarkinq – həm bütövlükdə firmanın, həm də onun ayrı-ayrı fəaliyyət istiqamətlərinin və ya struktur bölmələrinin işinin effektivliyinin müqayisəli təhlili zamanı tətbiq edilə bilər.
-

Sual: Firmanın resurslarının analizi və qiymətləndirilməsi aşağıdakılardan ibarətdir: (Çəki: 1)

- ☐ resursların əldə edilməsi mənbələrinin və xərclərinin analizi, resursların bölünməsi və hərəkətinin analizi;
 - ☐ firmanın resurslarının hərəkətinin və istifadəsinin analizi, firmanın məhsullarının satış kanallarının qiymətləndirilməsi;
 - ☒ resursların mövcudluğunun (kəmiyyət və keyfiyyət) təhlili, resursların istifadəsinin səmərəliliyinin və nəticəliliyinin təhlili;
 - ☐ resursların mövcudluğunun (kəmiyyət və keyfiyyət) təhlili, firmanın resurslara əlçatanlığının qiymətləndirilməsi, resursların yararlılığının analizi;
 - ☐ resurs növlərinin amillər üzrə qiymətləndirilməsi, resurslardan istifadənin səmərəliliyinin və effektivliyinin analizi.
-

Sual: Firmanın həlledici kompetensiyalarının (səriştələrinin) xüsusiyyəti kimi aşağıda göstərilənlərdən hansı biri yanlıştır? (Çəki: 1)

- ☐ kompetensiyalar texnologiyadan yaxud onun hər hansı bir komponentindən daha geniş anlayışdır;
 - ☒ kompetensiyaların formalaşdırılması və təkmilləşdirilməsi – firmanın aşağı idarəetmə bölmələrinin vəzifəsidir;
 - ☐ kompetensiyalar, bir qayda olaraq, firmanın fəaliyyətinin müxtəlif tərəflərinin təcrübəsinin ümumiləşdirilməsi və müxtəlifliyin sinergizmi nəticəsi olaraq yaranır;
 - ☐ firmaya rəqabət üstünlüyü verə biləcək imkanların başlıca kompetensiyalara çevrilməsi üçün rəqiblərlə müqayisədə daha böyük cəhdlər göstərilməlidir;
 - ☐ unikal kompetensiyalar yalnız istehlakçılar tərəfindən hiss olunduqdan sonra bunlar rəqabət üstünlüyü üçün əsaslar yaradır.
-

Sual: Başlıca kompetensiyaların (səriştələrin) aşağıdakı kateqoriyaları fərqləndirilir: 1. Vaxtı keçmiş; 2. Çox işlənmiş; 3. Perspektivli; 4. Perspektivi olmayan; 5. Sabit (davamlı); 6. İnnovasiyalı; 7. Hamı tərəfindən qəbul edilən; 8. Fraqmentar. (Çəki: 1)

- ☐ 1, 2, 3 və 5;

- ☐ 2, 4, 7 və 8;
- ☐ 1, 3, 5, 6 və 8;
- ☒ 2, 4 və 5;
- ☐ Bunların hamısı.

Bölmə: 0701

Ad	0701
Suallardan	13
Maksimal faiz	13
Sualları qarışdırmaq	☒
Suallar təqdim etmək	2 %

Sual: Strateji baxış nədir? (Çəki: 1)

- ☒ arzu edilən gələcəyin obrazıdır;
- ☐ firmanın nail olmaq istədiyi məqsəddir;
- ☐ firmanın mövcudluq zərurətinin (gərəkçəsinin) konseptual ifadəsidir;
- ☐ firmanın mövcud vəziyyətinin konseptual ifadəsidir;
- ☐ firmanın gələcək vəziyyətinin konseptual ifadəsidir.

Sual: Missiya nədir? (Çəki: 1)

- ☐ arzu edilən gələcəyin obrazıdır;
- ☐ firmanın nail olmaq istədiyi məqsəddir;
- ☒ firmanın mövcudluq zərurətinin (gərəkçəsinin) konseptual ifadəsidir;
- ☐ firmanın mövcud vəziyyətinin konseptual ifadəsidir;
- ☐ firmanın gələcək vəziyyətinin konseptual ifadəsidir.

Sual: Firmanın strateji məqsədləri əsasən bu elementlərə yönəlik müəyyən edilir: (Çəki: 1)

- ☐ bazar mövqeyi, innovasiyalar;
- ☐ məhsuldarlıq, mənfəətlilik;
- ☐ resurslar, idarəetmə aspektləri;
- ☐ işçi heyəti, sosial məsuliyyət;
- ☒ bunların hamısı.

Sual: “Biz nəyə nail olmaq (harada olmağı) istəyirik?” sualına strateji planlaşdırmanın hansı mərhələsində cavab axtarılır? (Çəki: 1)

- ☐ birinci
 - ☒ ikinci
 - ☐ üçüncü
 - ☐ dördüncü
 - ☐ beşinci
-

Sual: Strateji planlaşdırmanın ikinci mərhələsində firma nəyi müəyyənləşdirməli olur? (Çəki: 1)

- ☐ firmanın indiyəcən necə fəaliyyət göstərdiyini
 - ☐ firmanın hazırda hansı durumda olduğunu
 - ☐ firmanın tərəfdaşlarla münasibətlərinin xarakterini
 - ☒ firmanın gələcəkdə nəyə nail olmaq istədiyini
 - ☐ firmanın haradan başlayaraq hərəkət etdiyini
-

Sual: Strateji planlaşdırmanın ikinci mərhələsində neçə spesifik suala cavab axtarılır? (Çəki: 1)

- ☐ 1
 - ☐ 2
 - ☒ 3
 - ☐ 4
 - ☐ 5
-

Sual: Strateji planlaşdırmanın ikinci mərhələsində cavabı axtarılan spesifik suallar hansılardır? (Çəki: 1)

- ☐ biz kimik?
 - ☐ biz kimin üçün və nə üçün mövcuduq?
 - ☐ biz nəyə nail olmalıyıq?
 - ☒ bunların hamısı
 - ☐ bunların heç biri
-

Sual: Strateji planlaşdırmanın ikinci mərhələsində cavabı axtarılan spesifik suallar hansılardır? (Çəki: 1)

- ☐ firmanın mövcud durumu necədir?
 - ☐ bizim rəqiblərimiz kimlərdir?
 - ☐ biz harada olmamalıyıq?
 - ☐ bunların hamısı
 - ☒ bunların heç biri
-

Sual: Firmanın kimliyi nədə ifadə olunur? (Çəki: 1)

- ☐ strateji yanaşmada
 - ☒ strateji baxışda
 - ☐ firmanın missiyasında
 - ☐ missiyanın məzmununda;
 - ☐ strateji məqsədin məzmununda
-

Sual: "Biz kimin üçün və nə üçün mövcuduq?" spesifik sualının cavabı nədə ifadə olunur? (Çəki: 1)

- ☐ strateji analizdə
- ☐ strateji baxışda
- ☐ firmanın strateji yanaşmasında
- ☒ firmanın missiyasında
- ☐ firmanın strateji məqsəd və hədəflərində

Sual: Firmanın missiyası hansı spesifik sualın cavabı hesab olunur? (Çəki: 1)

- ☐ Biz haradayıq?
 - ☒ Biz kimin üçün və nə üçün mövcuduq?
 - ☐ Biz necə inkişaf etmişik?
 - ☐ Biz kimik?
 - ☐ Biz harada olmalıyıq?
-

Sual: Ffirmanın strateji məqsəd və vəzifələri hansı spesifik sualın cavabı hesab olunur? (Çəki: 1)

- ☒ Biz nəyə nail olmlıyıq?
 - ☐ Biz nə üçün mövcuduq?
 - ☐ Biz kimin üçün mövcuduq?
 - ☐ Biz haradayıq?
 - ☐ Biz kimik?
-

Sual: Strateji planlaşdırmanın ikinci mərhələsində aşağıdakılardan hansı müəyyən edilir? (Çəki: 1)

- ☐ firmanın missiyası
 - ☐ firmanın strateji baxışı
 - ☐ firmanın gələcək dövr üçün məqsəd və vəzifələri
 - ☒ bunların hamısı
 - ☐ bunların heç biri
-

Bölmə: 0702

Ad	0702
Suallardan	11
Maksimal faiz	11
Sualları qarışdırmaq	☒
Suallar təqdim etmək	1 %

Sual: Missiya haqqında aşağıdakı fikirlərdən hansı doğrudur? (Çəki: 1)

- ☒ Missiya fərdi xarakter daşıyır və hər bir firmanın özünəməxsus missiyası olur;
 - ☐ Eyni adlı məhsil istehsalçısı olan ən azı iki firma eyni missiyaya malik olmalıdır;
 - ☐ Eyni adlı məhsul istehsalçıları olan və bir sahədə fəaliyyət göstərən bütün firmalar vahid missiyaya malik olurlar;
 - ☐ Müxtəlif məhsullar istehsal edən iki firmanın eyni missiyası ola bilər;
 - ☐ Müxtəlif məhsullar istehsal edən firmanın istehsal etdiyi məhsulların sayı qədər missiyası ola bilər.
-

Sual: Aşağıdakı qarşılaşdırmalardan hansı doğrudur? (Çəki: 1)

- ☐ biz haradayıq? – firmanın fəaliyyət mühitinin strateji analizi

- ☐ biz kimik? – firmanın streji baxışı
 - ☐ biz kimin üçün və nə üçün mövcuduq? – firmanın missiyası
 - ☐ biz nəyə nail olmalıyıq? – firmanın strateji məqsəd və vəzifələri
 - ☒ bunların hamısı
-

Sual: Aşağıdakı qarşılaşdırmalardan hansı doğru deyil? (Çəki: 1)

- ☐ biz kimik? – firmanın fəaliyyət mühitinin strateji analizi
 - ☐ biz haradayıq? – firmanın missiyası
 - ☐ biz kimin üçün və nə üçün mövcuduq? – firmanın strateji baxışı
 - ☐ biz nəyə nail olmalıyıq? – qiymətləndirmə göstəriciləri və üsulları
 - ☒ bunların hamısı.
-

Sual: “Onun formalaşdırılması üçün arzu olunan gələcəyin obrazını ifadə edən başlıca ideyadan istifadə etmək məqsəduyğundur” fikri nəyin barəsində deyilir? (Çəki: 1)

- ☐ firma haqqında
 - ☐ strateji planlaşdırma barəsində
 - ☒ strateji baxış barəsində
 - ☐ missiya barəsində
 - ☐ strateji məqsədlər barəsində
-

Sual: Firmanın missiyasının hazırlanması zamanı aşağıdakı suallardan hansının cavablandırılması diqqətdə saxlanmalıdır? (Çəki: 1)

- ☐ firma nə istehsal edir (nə)?
 - ☐ firma bunu kimin üçün istehsal edir (kimə)?
 - ☐ firma bunu necə istehsal edir və istehlakçıya necə çatdırır (necə)?
 - ☒ bunların hamısı
 - ☐ bunların heç biri
-

Sual: Aşağıdakı fikirlərdən hansı biri yanlıştır? (Çəki: 1)

- ☐ Strateji baxış - firmanın kimliyini müəyyən edir, “Biz kimik?” sualına cavab kimi firmanın cəmiyyətə mesajıdır
 - ☒ Missiya - firmanın kimliyini müəyyən edir, “Biz kimik?” sualına cavab kimi firmanın cəmiyyətə mesajıdır
 - ☐ Missiya - firmanın biznesinin (işinin) təyinatı, onun cəmiyyətdəki rolunun ifadəsidir
 - ☐ Missiya - firmanın fəaliyyətinin mahiyyətini, işin xüsusiyyətini və firmanın inkişaf yolunu izah edir
 - ☐ Missiya - firmanın onu bütün digər şirkətlərdən fərqləndirən xarakteristikasıdır
-

Sual: Missiyanın formalaşdırılması aşağıdakı elementlərin hansının təsvirini nəzərdə tutur? (Çəki: 1)

- ☐ alıcıların tələbatlarını
 - ☐ alıcılar qrupunu
 - ☐ fəaliyyətləri, bilik və texnologiyaları
 - ☒ bunların hamısını
 - ☐ bunların heç birini
-

Sual: Missiyanın formalaşdırılması aşağıdakı elementlərin hansının təsvirini nəzərdə tutmur? (Çəki: 1)

- ☐ alıcıların tələbatlarını
- ☐ alıcılar qrupunu
- ☐ fəaliyyətləri, bilik və texnologiyaları;
- ☒ firmanın kimliyini
- ☐ bunların heç birini

Sual: Strateji məqsədlər necə təsnifləşdirilə bilər? (Çəki: 1)

- ☐ maliyyə fəaliyyəti və strateji fəaliyyət məqsədləri
- ☐ ümumi və konkret məqsədlər
- ☐ qısa-, orta- və uzun-müddətli məqsədlər
- ☒ bunların hamısı
- ☐ bunların heç biri

Sual: Aşağıdakılardan hansı firmanın maliyyə fəaliyyəti ilə bağlıdır? (Çəki: 1)

- ☐ bazar mövqeyinin gücləndirilməsi
- ☒ səhmlərin bazar qiymətinin yüksəldilməsi
- ☐ bazarın coğrafi sərhədlərinin genişləndirilməsi
- ☐ texnoloji üstünlüyə nail olmaq
- ☐ xərclərdə liderlik

Sual: Aşağıdakılardan hansı firmanın strateji fəaliyyət məqsədləri ilə bağlı ola bilər? (Çəki: 1)

- ☐ firmanın bazar payının artırılması
- ☐ yeni məhsulun işlənməsindən onun istehsalının mənimsənilməsinə qədər olan dövrün qısaldılması
- ☐ məhsulun keyfiyyətinə, çeşidinə və xərclərinin səviyyəsinə görə rəqibləri üstələmək
- ☐ məhsulu dəqiq vaxtında çatdırmaq
- ☒ bunların hamısı

BÖLMƏ: 0703

Ad	0703
Suallardan	13
Maksimal faiz	13
Sualları qarışdırmaq	☒
Suallar təqdim etmək	1 %

Sual: Strateji baxış haqqında aşağıda qeyd edilən fikirlərdən hansı yanlıştır? (Çəki: 1)

- ☐ Bu, arzu edilən gələcəyin obrazıdır;
- ☐ Bu, yaxın-uzaq perspektivdə arzu olunan vəziyyətin keyfiyyət təsviridir;
- ☒ Arzu olunan gələcəyə nail olmaq yolunu əks etdirən konkret layihə və ya

proqramdır;

- ☐ Burada xronoloji zaman sosial zamanla əvəzlənir, zaman vahidi isə il, ay və ya günlə deyil, iki vəziyyət arasındakı məsafə ilə ölçülür;
 - ☐ Onun formalaşdırılması üçün arzu olunan gələcəyin obrazını ifadə edən başlıca ideyadan istifadə etmək məqsəduyğundur.
-

Sual: Missiya haqqında aşağıda qeyd edilən fikirlərdən hansı biri yanlıştır? (Çəki: 1)

- ☐ Missiya – firmanın müəyyən istiqamətdə hərəkət (fəaliyyət) niyyətini konseptual şəkildə ifadə edir;
 - ☐ Missiyada müəssisənin statusu, onun fəaliyyətinin əsas prinsipləri əks olunur, firmanın ən vacib təsərrüfat xarakteristikalarının müəyyənliyi verilir;
 - ☐ Missiya gələcək inkişaf meylini ifadə edir, firmanın cəhdlərinin nəyə yönəldiləcəyini və bu zaman hansı dəyərlərə üstünlük veriləcəyini göstərir;
 - ☒ Missiyada firmanın başlıca məqsədinin mənfəətin maksimumlaşdırılması olması və buna necə nail olunacağı dəqiq ifadə edilməlidir;
 - ☐ Missiya firmanın indiki vəziyyətindən asılı olmamalıdır və burada müəssisənin maliyyə problemləri ifadə edilməməlidir.
-

Sual: Strateji məqsədlər barəsində aşağıdakı fikirlərdən hansı yanlıştır? (Çəki: 1)

- ☐ Məqsədlər – müəyyən (strategiyada göstərilən) müddət ərzində nail olunmalı konkret nəticə və yekunlardır;
 - ☐ Məqsədlərin qoyuluşu - strategiyanın işlənilməsi prosesini nəzəri hissədən (firmanın strateji baxışının və missiyanın işlənilməsindən) praktiki müstəviyə keçirir;
 - ☒ Məqsədlərin işlənilməsi zamanı kəmiyyət və zaman hədləri (çərçivələri) dəqiq belli olmayan “maksimum mənfəətə nail olmaq”, “xərcləri minimumlaşdırmaq”, “satış həcmələrini artırmaq” kimi ifadələrdən istifadə etmək məqsəduyğundur;
 - ☐ Məqsədlər – firmanın dəyərləri və strateji baxışı ilə sıx bağlıdır;
 - ☐ Məqsəd – strategiyanın reallaşdırılmasının son nəticəsi, vəzifələr isə son nəticəyə nail olmaq üçün zəruri olan ayrı-ayrı mərhələlərin (qısamüddətli) nəticə göstəriciləridir.
-

Sual: Strateji baxış haqqında aşağıdakı fikirlərdən hansı biri doğru deyil? (Çəki: 1)

- ☐ Dəqiq formalaşdırılmış strateji baxış – davamlı strateji liderliyin mühüm zəminidir
 - ☐ Strateji baxış effektiv idarəetmə və məsul qərarların qəbulu üçün vacibdir
 - ☐ Strateji baxış firmanı gələcəyə yönəldir, alıcıların prioritet tələbatlarını və prioritet fəaliyyət növlərini, habelə firmanın uzunmüddətli rəqabət mövqeyini müəyyən edir
 - ☒ Strateji baxış ön formalaşdırılması firmanın qarşıya qoyduğu məqsədlərə necə nail olmasını dəqiqləşdirməsi deməkdir
 - ☐ Strateji baxışın formalaşdırılması firmanın fəaliyyət sferasının və inkişaf yolunun seçilməsi deməkdir
-

Sual: Aşağıdakılardan hansı biri firmanın missiyası ola bilməz? (Çəki: 1)

- ☒ mənfəətin əldə edilməsi
 - ☐ alıcıların hansı tələbatı ödəməsi
 - ☐ mənfəəti necə əldə etməsini cəmiyyətə əfəadə etməsi
 - ☐ kimin üçün istehsal etməsi
 - ☐ məhsulu hansı bilik və texnologiyalardan istifadə edərək istehsal etməsi
-

Sual: Missiyanın əhəmiyyəti barəsində aşağıda qeyd edilənlərdən hansı biri yanlısıdır? (Çəki: 1)

- ☐ Missiya xarici mühit subyektlərində firmanın aşağıdakı xüsusiyyətləri barədə ümumi təsəvvür yaradır: firma özündə nəyi ifadə edir, nəyə can atır, öz fəaliyyətində hansı vasitələrdən istifadə edir, fəlsəfəsi necədir və s.
 - ☒ Missiya firmanı ətraf mühitlə ümumiləşdirir, ona ümumi sistemin bir elementi kimi yanaşmağa imkan verir
 - ☐ Missiya xarici mühit subyektlərində firmanın müəyyən imicinin formalaşmasına və ya möhkəmlənməsinə yardımçı olur
 - ☐ Missiya firmanın daxilində vəhdəti təmin etməyə və korporativ ruhun formalaşmasına yardımçı olur
 - ☐ Missiya təşkilatın daha təsirli və məqsədyönlü idarə edilməsinə imkanlar yaradır
-

Sual: Missiya təşkilatın daha məqsədyönlü idarə edilməsinə imkanlar yaratması nədə ifadə olunur? (Çəki: 1)

- ☐ missiyanın firmanın məqsədlərinin müəyyənləşdirilməsi üçün baza rolunu oynamasında
 - ☐ missiyanın firmanın resurslarının bölünməsinə ümumi yanaşmanı təmin etməsində və qiymətləndirilmə üçün baza yaratmasında
 - ☐ missiyanın işçinin fəaliyyətinin mahiyyət və məzmununu genişləndirməsində və geniş motivasiya üsullarını tətbiq etməyə imkan verməsində
 - ☒ bunların hamısında
 - ☐ bunların heç birində
-

Sual: Aşağıdakılardan hansı strateji məqsəd kimi dəqiq ifadə olunub? (Çəki: 1)

- ☐ mənfəətin artırılmasına nail olmaq
 - ☐ səhmlərin bazar dəyərinin yüksəlməsinə nail olmaq
 - ☒ bütün dünya üzrə 1 milyard alıcı cəlb etmək
 - ☐ illik gəlirlərin artmasına nail olmaq
 - ☐ yaxşı maliyyə göstəricilərinə malik olmaq
-

Sual: Aşağıdakılardan hansı strateji məqsəd kimi dəqiq ifadə olunmayıb? (Çəki: 1)

- ☒ yaxşı maliyyə göstəricilərinə malik olmaq
 - ☐ bütün dünya üzrə 1 milyard alıcı cəlb etmək
 - ☐ səhmlər üzrə 20 faizlik gəlir səviyyəsinə nail olmaq
 - ☐ ölkənin pivə bazarının 50 faizini zəbt etmək
 - ☐ dünyanın ən rəqabətqabiliyyətli şirkəti olmaq
-

Sual: "Maraq qrupları - gözləntilər" qarşılaşdırmalarından hansı doğrudur? (Çəki: 1)

- ☐ Səhmdarlar (təsisçilər) – mənfəət, dividend, kapitalın artması və investisiyanın etibarlılığı
 - ☐ Firmanın menecmenti – mükafatlandırma, prestij, səlahiyyətlər
 - ☐ Firmanın işçiləri – məşğulluğa təminat, əmək ödənişləri, işdən razıqalma
 - ☐ Kreditorlar – faizlər, kreditin qaytarılmasına təminat, kreditin məbləği
 - ☒ bunların hamısı
-

Sual: "Maraq qrupları - gözləntilər" qarşılaşdırmalarından hansı doğrudur? (Çəki: 1)

- ☐ Səhmdarlar (təsisçilər) – mükafatlandırma, prestij, səlahiyyətlər
 - ☐ Firmanın menecmenti – mənfəət, dividend, kapitalın artması və investisiyanın etibarlılığı
 - ☒ İstehlakçılar – məhsulun keyfiyyəti, xidmət səviyyəsi, qiymət
 - ☐ Firmanın işçiləri – faizlər, kreditin qaytarılmasına təminat, kreditin məbləği
 - ☐ Kreditorlar – məşğulluğa təminat, əmək ödənişləri, işdən razıqalma
-

Sual: Aşağıdakılardan hansı biri məqsəd və vəzifələrə qarşı qoyulan tələblər sırasına daxil deyil? (Çəki: 1)

- ☒ rəqiblər tərəfindən qəbul edilə bilən olması
 - ☐ Ölçülə bilən olması
 - ☐ zaman çərçivəsi və nailolma müddətinin müəyyən olması
 - ☐ real və nail oluna bilən olması;
 - ☐ müqayisə oluna bilən olması.
-

Sual: SMART prinsipi nə üçün tətbiq edilir? (Çəki: 1)

- ☐ strateji baxışın müəyyən edilməsi üçün
 - ☐ missiyanın müəyyən edilməsi üçün
 - ☒ strateji məqsədlərin düzgün qoyuluşu üçün
 - ☐ kompleks analiz üçün
 - ☐ strategiyanın seçilməsi üçün
-

BÖLMƏ: 0801

Ad	0801
Suallardan	14
Maksimal faiz	14
Sualları qarışdırmaq	☒
Suallar təqdim etmək	2 %

Sual: SWOT analiz modelini ilk dəfə kim təklif edib? (Çəki: 1)

- ☐ A. Maslou
 - ☐ E. Leraned;
 - ☐ M. Porter;
 - ☒ K. Endryu;
 - ☐ C. Kotter.
-

Sual: SWOT akronimi aşağıdakılardan hansını əhatə etmir? (Çəki: 1)

- ☐ güclü tərəflər;
- ☐ zəif tərəflər;
- ☒ neytral tərəflər;
- ☐ imkanlar;

☐ təhlükələr.

Sual: SWOT analiz modeli ilk dəfə nə vaxt təqdim edilib? (Çəki: 1)

- ☐ 1960-cı ildə;
 - ☒ 1963-cü ildə;
 - ☐ 1964-cü ildə;
 - ☐ 1965-ci ildə;
 - ☐ 1967-ci ildə.
-

Sual: Firmanın fəaliyyətinə neytral təsir göstərən ümumi amillər SWOT matrisin hansı bölməsində yerləşdirilir? (Çəki: 1)

- ☐ "Güclü tərəflər" bölməsində;
 - ☐ "Zəif tərəflər" bölməsində;
 - ☐ "İmkanlar" bölməsində;
 - ☐ "Təhlükələr" bölməsində;
 - ☒ heç birində.
-

Sual: Firmanın fəaliyyətinə müsbət təsir göstərən daxili mühit amilləri SWOT matrisin hansı bölməsində yerləşdirilir? (Çəki: 1)

- ☒ "Güclü tərəflər" bölməsində;
 - ☐ "Zəif tərəflər" bölməsində;
 - ☐ "İmkanlar" bölməsində;
 - ☐ "Təhlükələr" bölməsində;
 - ☐ heç birində.
-

Sual: Firmanın fəaliyyətinə mənfi təsir göstərən xarici mühit amilləri SWOT matrisin hansı bölməsində yerləşdirilir? (Çəki: 1)

- ☐ "Güclü tərəflər" bölməsində;
 - ☐ "Zəif tərəflər" bölməsində;
 - ☐ "İmkanlar" bölməsində;
 - ☒ "Təhlükələr" bölməsində;
 - ☐ heç birində.
-

Sual: Firmanın fəaliyyətinə müsbət təsir göstərən xarici mühit amilləri SWOT matrisin hansı bölməsində yerləşdirilir? (Çəki: 1)

- ☐ "Güclü tərəflər" bölməsində;
 - ☐ "Zəif tərəflər" bölməsində;
 - ☒ "İmkanlar" bölməsində;
 - ☐ "Təhlükələr" bölməsində;
 - ☐ heç birində.
-

Sual: Firmanın fəaliyyətinə mənfi təsir göstərən daxili mühit amilləri SWOT matrisin hansı bölməsində yerləşdirilir? (Çəki: 1)

- ☐ "Güclü tərəflər" bölməsində;

- ☒ “Zəif tərəflər” bölməsində;
 - ☐ “İmkanlar” bölməsində;
 - ☐ “Təhlükələr” bölməsində;
 - ☐ heç birində.
-

Sual: Aşağıdakılardan hansı firmanın güclü tərəfidir? (Çəki: 1)

- ☐ əmək bazarının sərfəli konyunkturasi;
 - ☐ müştərilərin alıcılıq qabiliyyətinin artması;
 - ☒ menecerlərin idarəetmə səriştəsi;
 - ☐ kredit faizlərinin aşağı düşməsi;
 - ☐ firmanın istehsal etdiyi məhsulun dövlət sifarişlərinə daxil edilməsi.
-

Sual: Aşağıdakılardan hansını firmanın güclü tərəfləri sırasına aid etmək olmaz? (Çəki: 1)

- ☐ güclü ticarət markası və şirkəti reputasiyası;
 - ☐ dəqiq müəyyən edilmiş səlahiyyətlər;
 - ☐ sabit və dayanıqlı maliyyə durumu;
 - ☐ innovasiya təcrübəsi;
 - ☒ geniş müştəri bazası.
-

Sual: Aşağıdakılardan hansını firmanın güclü tərəfləri sırasına aid etmək olmaz? (Çəki: 1)

- ☒ bazara giriş maneələrinin azalması;
 - ☐ müştərilərlə davranış səriştəsi;
 - ☐ istehsal miqyasından qənaət;
 - ☐ səriştəli reklam kampaniyası;
 - ☐ bacarıqlı və təcrübəli kadrlar.
-

Sual: Aşağıdakılardan hansını firmanın zəif tərəfi hesab etmək olar? (Çəki: 1)

- ☐ müştərilərin etibarsızlığı;
 - ☐ firmanın istehsal etdiyi məhsulun əvəzedici məhsullarının mövcudluğu;
 - ☒ rəqiblərlə müqayisədə firmanın məhsulunun baha başa gəlməsi;
 - ☐ tədarük şərtlərinin ağırlaşması;
 - ☐ kredit resurslarını əldə etməyin çətinləşməsi.
-

Sual: Aşağıdakılardan hansını firmanın zəif tərəfləri sırasına aid etmək olmaz? (Çəki: 1)

- ☐ vəzifə səlahiyyətlərində dəqiqliyin olmaması;
 - ☐ məhdud maliyyə imkanları;
 - ☒ müştərilərin alıcılıq qabiliyyətinin aşağı olması;
 - ☐ rəqiblərlə müqayisədə istehsal xəclərinin çox olması;
 - ☐ idarəetmə qərarlarının qəbulunda çevikliyin olmaması.
-

Sual: Aşağıdakılardan hansını firmanın zəif tərəfləri sırasına aid etmək olmaz? (Çəki: 1)

- ☐ alıcılar barəsində analitik informasiyanın yoxluğu;
- ☒ əmək bazarında ixtisaslı kadrların yoxluğu;

- ☐ innovasiya təcrübəsinin yoxluğu;
- ☐ zəif satış şəbəkəsi;
- ☐ köhnəlmiş avadanlıq və texnologiya parkı.

Bölmə: 0802

Ad	0802
Suallardan	14
Maksimal faiz	14
Sualları qarışdırmaq	☒
Suallar təqdim etmək	1 %

Sual: SWOT modeli hansı formada təqdim edilir? (Çəki: 1)

- ☐ düstur formasında;
- ☐ formula formasında;
- ☒ matris formasında;
- ☐ indeks formasında;
- ☐ cədvəl formasında.

Sual: SWOT analiz texnologiyası özünün son model halında nə vaxtdan tətbiq edilir? (Çəki: 1)

- ☐ 1960-cı ildən;
- ☐ 1963-cü ildən;
- ☐ 1964-cü ildən;
- ☒ 1965-ci ildən;
- ☐ 1967-ci ildən.

Sual: Firmanın fəaliyyətinin xarici və daxili mühitinin kompleks analizi və qiymətləndirilməsi zamanı hansı təhlil aləti tətbiq olunur? (Çəki: 1)

- ☒ SWOT-analiz;
- ☐ PESTLE-analiz;
- ☐ SNW-analiz;
- ☐ bençmarkinq;
- ☐ makroiqtisadi təhlil

Sual: Aşağıdakılardan hansı SWOT matrisin bölmələrinə daxil deyil? (Çəki: 1)

- ☐ firmanın fəaliyyətinə müsbət təsir göstərən daxili mühit amilləri;
- ☐ firmanın fəaliyyətinə mənfi təsir göstərən daxili mühit amilləri;
- ☐ firmanın fəaliyyətinə müsbət təsir göstərən xarici mühit amilləri;
- ☐ firmanın fəaliyyətinə mənfi təsir göstərən xarici mühit amilləri
- ☒ firmanın fəaliyyətinə neytral təsir göstərən ümumi amillər.

Sual: Aşağıdakı təşkilatlardan hansı strategiyanın işlənilməsi zamanı SWOT analizdən

istifadə edə bilər? (Çəki: 1)

- ☐ kommersiya firmaları;
 - ☐ dövlət və hpkumət qurumları;
 - ☐ qeyri-kommersiya təşkilatları;
 - ☐ ictimai təşkilatlar;
 - ☒ bunların hamısı.
-

Sual: SWOT-un elementləri barədə aşağıdakı fikirlərdən hansı yanlıştır? (Çəki: 1)

- ☐ güclü və zəif tərəflər şirkətin daxili xarakteristikasıdır;
 - ☐ imkan və təhlükələr firmanın xarici mühitinə xarakteristikasıdır;
 - ☐ güclü və zəif tərəflər o zaman bu cür hesab edilə bilər ki, onları alıcılar və rəqiblər belə qəbul etsinlər;
 - ☐ firma özünün güclü və zəif tərəflərinə nəzarət edə və təsir göstərə bilər;
 - ☒ imkan və təhlükələrə firma nəzarət edə və təsir göstərə bilər.
-

Sual: Aşağıdakılardan hansı SWOT analizinin mərhələləri sırasında yoxdur? (Çəki: 1)

- ☐ SWOT analizinin məqsədinin və əhatə dairəsinin müəyyənləşdirilməsi;
 - ☐ güclü və zəif tərəflərin, imkan və təhlükələrin müəyyən edilməsi;
 - ☐ güclü və zəif tərəflərin, imkan və təhlükələrin əhəmiyyətinə görə sıralanması (ranglaşdırılması);
 - ☒ ciddi əhəmiyyət daşımayan güclü və zəif tərəflərin, imkan və təhlükələrin analizdən kənarlaşdırılması;
 - ☐ SWOT matrisinin qurulması.
-

Sual: Aşağıdakılardan hansı SWOT analizinin mərhələləri sırasında yoxdur? (Çəki: 1)

- ☒ SWOT matrisinin firmanın bütün işçilərinə izah edilməsi;
 - ☐ strategiyanın seçilməsi meyarlarının müəyyənləşdirilməsi;
 - ☐ "İmtina edilmiş" strategiyaların analizi;
 - ☐ seçilmiş strategiyanın reallaşdırılması xərclərinin (dəyərinin) qiymətləndirilməsi;
 - ☐ strategiyanın təsdiq edilməsi.
-

Sual: Aşağıdakılardan hansı firma üçün xarici mühitin yaratdığı potensial imkan hesab olunur? (Çəki: 1)

- ☒ qanunvericiliyə investisiya vergi krediti mexanizminin salınması;
 - ☐ şirkətin daha məhsuldar texnologiyalar əldə etməsi;
 - ☐ şirkətin ikinövbəli iş rejiminə keçməsi;
 - ☐ şirkətin dövlət qurumları ilə xoş münasibətləri;
 - ☐ vergi qanunvericiliyinin tələblərinin ağırlaşdırılması.
-

Sual: Aşağıdakılardan hansı firma üçün xarici mühitin yaratdığı potensial imkanlar sırasına aid etmək olmaz? (Çəki: 1)

- ☐ rəqblərin xoş niyyəti;
- ☐ Mərkəzi Bankın uçot dərəcələrini davamlı olaraq aşağı salması tendensiyası;
- ☐ məhdudlaşdırıcı qanunvericilik normalarının;
- ☐ xarici bazarlara çıxış maneələrinin aradan qalxması;
- ☒ makroiqtisadi sabitliyin pozulması.

Sual: Aşağıdakılardan hansı firma üçün xarici mühitin yaratdığı potensial təhlükə hesab olunur? (Çəki: 1)

- ☐ firmada əmək intizamının aşağı səviyyədə olması;
 - ☐ işçi axıcılığı və işburaxma hallarının yayılması;
 - ☒ kredit faizi dərəcələrinin yüksəlməsi;
 - ☐ firmanın davranışlarında qeyri-müəyyənliyin artması;
 - ☐ firmanın zəif reputasiyası.
-

Sual: Aşağıdakılardan hansı firma üçün xarici mühitin yaratdığı potensial təhlükələr sırasına aid etmək olmaz? (Çəki: 1)

- ☐ əvəzedici məhsulların satışının artması;
 - ☐ sahədə rəqabətin kəskinləşməsi;
 - ☐ məhsul bazarına daxilolma maneələrinin aradan qalxması;
 - ☒ əcnəbi ölkə şirkətlərinin bazarı tərk etməsi;
 - ☐ tədarük şərtlərinin ağırlaşması.
-

Sual: Aşağıdakılardan hansı firma üçün xarici mühitin yaratdığı potensial təhlükələr sırasına aid etmək olmaz? (Çəki: 1)

- ☐ istehlakçıların alıcılıq qabiliyyətinin aşağı düşməsi;
 - ☒ sahənin inkişafının hökumətin iqtisadi siyasətinin prioritetləri sırasına daxil edilməsi;
 - ☐ sahəyə münasibətdə hökumətin məhdudlaşdırıcı siyasətinin güclənməsi;
 - ☐ məmur özbaşınalığının və korrupsiyanın genişlənməsi;
 - ☐ tərəfdaş şirkətlərin müqavilə intizamının zəif olması.
-

Sual: Aşağıdakılardan hansını firma üçün xarici mühitin yaratdığı potensial imkanlar sırasına aid etmək olmaz? (Çəki: 1)

- ☐ əhalinin alıcılıq qabiliyyətinin yüksəlməsi;
 - ☐ yeni bazarlara çıxış imkanlarının yaranması;
 - ☐ firmanın istehsal etdiyi məhsulun dövlət sifarişlərinə daxil edilməsi;
 - ☒ səriştəli innovasiya təcrübəsi;
 - ☐ firmaların innovasiya fəaliyyətinin dövlət tərəfindən stimullaşdırılması.
-

BÖLMƏ: 0803

Ad	0803
Suallardan	12
Maksimal faiz	12
Sualları qarışdırmaq	☒
Suallar təqdim etmək	1 %

Sual: SWOT analiz nədir? (Çəki: 1)

- ☐ firmanın fəaliyyətinin xarici mühitin təhlili və qiymətləndirilməsi əsasında firmanın

inkışafının güclü və zəif tərəflərinin, imkan və təhlükələrin aşkara çıxarılması üçün metodoloji alətdir;

● firmanın inkışaf perspektivləri ilə bağlı onun fəaliyyətinin xarici və daxili mühit amillərinin təhlilindən ortaya çıxarılan faktların məqsədyönlü şəkildə sistemləşdirilməsi və bunun əsasında firmanın inkışaf strategiyasının seçilməsi üçün tətbiq edilən metodoloji alətdir ;

● firmanın fəaliyyətinin daxili mühitinin təhlili və qiymətləndirilməsi əsasında firmanın inkışafının güclü və zəif tərəflərinin, imkan və təhlükələrin aşkara çıxarılması üçün metodoloji alətdir ;

● firmanın fəaliyyət göstərdiyi sahənin və bazarın təhlili və qiymətləndirilməsi əsasında firmanın inkışafının güclü və zəif tərəflərinin, imkan və təhlükələrin aşkara çıxarılması üçün metodoloji alətdir;

● firmanın başlıca uğur amillərinin rəqib firmaların müvafiq parametrləri ilə müqayisəsi əsasında firmanın inkışafının güclü və zəif tərəflərinin, imkan və təhlükələrin aşkara çıxarılması üçün metodoloji alətdir.

Sual: SWOT matrisin “G – İ” (S – O) bölməsində cavablandırılmalı sual hansıdır? (Çəki: 1)

● bu güclü tərəflər potensial imkanlardan yararlanmaqla qarşıya qoyulan məqsədə çatmağa yetərlidirmi?

● bu güclü tərəflər qarşıya qoyulan məqsədə doğru fəaliyyət zamanı gözlənilən təhlükələri aradan qaldırmağa yetərlidirmi?

● bu zəif tərəflər qarşıya qoyulan məqsədə doğru fəaliyyət zamanı potensial imkanlardan faydalanmağa mane olurmu?

● bu zəif tərəflər qarşıya qoyulan məqsədə doğru fəaliyyət zamanı gözlənilən təhlükələrdən yan keçməyə mane olurmu?

● bu güclü tərəflər və potensial imkanlar qarşıya qoyulan məqsədə doğru fəaliyyət zamanı zəif tərəfləri və gözlənilən təhlükələri aradan qaldırmağa yetərlidirmi?

Sual: matrisin “Z – T” (W – T) bölməsində cavablandırılmalı sual hansıdır? (Çəki: 1)

● bu güclü tərəflər potensial imkanlardan yararlanmaqla qarşıya qoyulan məqsədə çatmağa yetərlidirmi?

● bu güclü tərəflər qarşıya qoyulan məqsədə doğru fəaliyyət zamanı gözlənilən təhlükələri aradan qaldırmağa yetərlidirmi?

● bu zəif tərəflər qarşıya qoyulan məqsədə doğru fəaliyyət zamanı potensial imkanlardan faydalanmağa mane olurmu?

● bu zəif tərəflər qarşıya qoyulan məqsədə doğru fəaliyyət zamanı gözlənilən təhlükələrdən yan keçməyə mane olurmu?

● bu güclü tərəflər və potensial imkanlar qarşıya qoyulan məqsədə doğru fəaliyyət zamanı zəif tərəfləri və gözlənilən təhlükələri aradan qaldırmağa yetərlidirmi?

Sual: SWOT matrisin “G – T” (S – T) bölməsində cavablandırılmalı sual hansıdır? (Çəki: 1)

● bu güclü tərəflər potensial imkanlardan yararlanmaqla qarşıya qoyulan məqsədə çatmağa yetərlidirmi?

● bu güclü tərəflər qarşıya qoyulan məqsədə doğru fəaliyyət zamanı gözlənilən təhlükələri aradan qaldırmağa yetərlidirmi?

● bu zəif tərəflər qarşıya qoyulan məqsədə doğru fəaliyyət zamanı potensial imkanlardan faydalanmağa mane olurmu?

● bu zəif tərəflər qarşıya qoyulan məqsədə doğru fəaliyyət zamanı gözlənilən

təhlükələrdən yan keçməyə mane olurmu?

☐ bu güclü tərəflər və potensial imkanlar qarşıya qoyulan məqsədə doğru fəaliyyət zamanı zəif tərəfləri və gözlənilən təhlükələri aradan qaldırmağa yetərlidirmi?

Sual: SWOT matrisin “W – I” (Z – O) bölməsində cavablandırılmalı sual hansıdır? (Çəki: 1)

☐ bu güclü tərəflər potensial imkanlardan yararlanmaqla qarşıya qoyulan məqsədə çatmağa yetərlidirmi?

☐ bu güclü tərəflər qarşıya qoyulan məqsədə doğru fəaliyyət zamanı gözlənilən təhlükələri aradan qaldırmağa yetərlidirmi?

☒ bu zəif tərəflər qarşıya qoyulan məqsədə doğru fəaliyyət zamanı potensial imkanlardan faydalanmağa mane olurmu?

☐ bu zəif tərəflər qarşıya qoyulan məqsədə doğru fəaliyyət zamanı gözlənilən təhlükələrdən yan keçməyə mane olurmu?

☐ bu güclü tərəflər və potensial imkanlar qarşıya qoyulan məqsədə doğru fəaliyyət zamanı zəif tərəfləri və gözlənilən təhlükələri aradan qaldırmağa yetərlidirmi?

Sual: Aşağıdakılardan hansı SWOT analizə qarşı qoyulan metodoloji tələblərə aid deyil? (Çəki: 1)

☐ belə analizin məqsəd və əhatə dairəsi dəqiq müəyyən edilməlidir;

☐ belə analiz konkret məqsədə fokuslaşmalıdır;

☐ SWOT-un elementləri arasındakı fərqlər dəqiq anlaşılmalıdır;

☒ mümkün qədər az (minimum) informasiyadan istifadə edilməlidir;

☐ faktların qeyri-dəqiq və çoxmənalı şərhindən qaçılmalıdır

Sual: “İmtina edilmiş” strategiyaların analizi nə üçün aparılır? (Çəki: 1)

☒ zərurət yarandığı halda başqa strategiyaya keçilməsini təmin edən tədbirlərin müəyyənləşdirilməsi (yəni “ehtiyat aerodrom”un müəyyənləşdirilməsi) üçün;

☐ daha ucuz və rahat başa gələn strategiyanın müəyyənləşdirilməsi üçün;

☐ bütün alternativ strategiyaların dəyərinin müqayisəsi üçün;

☐ daha səmərəli strategiyanın müəyyənləşdirilməsi üçün;

☐ taktiki baxımdan rəqiblərin çaşdırılması üçün.

Sual: Aşağıdakılardan hansı biri “strategiyanın seçilməsi meyarlarının müəyyənləşdirilməsi” mərhələsinə aid deyil? (Çəki: 1)

☐ strategiyanın hansı şəraitdə (şərtlər daxilində) reallaşdırılacağı müəyyənləşdirilir;

☐ indiki şəraitdə məqsədə nail olmağın baza strategiyası müəyyən edilir;

☐ baza strategiyasının seçilməsi səbəbləri göstərilir və əsaslandırılır;

☐ seçilmiş strategiyanın alternativlərindən üstünlükləri izah edilir;

☒ seçilmiş strategiyanın reallaşdırılması xərcləri (dəyəri) qiymətləndirilir.

Sual: SWOT matrisin “G – İ” (S – O) bölməsində yerləşən strategiyaların mahiyyəti nədən ibarətdir? (Çəki: 1)

☒ güclü tərəflərdən və potensial imkanlardan maksimum faydalanma (maxi-maxi);

☐ zəif tərəflərin və potensial təhlükələrin təsirinin minimumlaşdırılması (mini-mini);

☐ potensial imkanlardan maksimum faydalanma və zəif tərəflərin təsirinin minimumlaşdırılması (maxi-mini);

- ☐ güclü tərəflərdən maksimum faydalanma və potensial təhlükələrin təsirinin minimumlaşdırılması (maxi-mini);
 - ☐ eyni zamanda güclü tərəflərdən və imkanlardan maksimum faydalanma, zəif tərəflərin və təhlükələrin minimumlaşdırılması (maxi-maxi-mini-mini).
-

Sual: SWOT matrisin “Z – I” (W – O) bölməsində yerləşən strategiyaların mahiyyəti nədən ibarətdir? (Çəki: 1)

- ☐ güclü tərəflərdən və potensial imkanlardan maksimum faydalanma (maxi-maxi);
 - ☐ zəif tərəflərin və potensial təhlükələrin təsirinin minimumlaşdırılması (mini-mini);
 - ☒ potensial imkanlardan maksimum faydalanma və zəif tərəflərin təsirinin minimumlaşdırılması (maxi-mini);
 - ☐ güclü tərəflərdən maksimum faydalanma və potensial təhlükələrin təsirinin minimumlaşdırılması (maxi-mini);
 - ☐ eyni zamanda güclü tərəflərdən və imkanlardan maksimum faydalanma, zəif tərəflərin və təhlükələrin minimumlaşdırılması (maxi-maxi-mini-mini).
-

Sual: SWOT matrisin “G – T” (S – T) bölməsində yerləşən strategiyaların mahiyyəti nədən ibarətdir? (Çəki: 1)

- ☐ güclü tərəflərdən və potensial imkanlardan maksimum faydalanma (maxi-maxi);
 - ☐ zəif tərəflərin və potensial təhlükələrin təsirinin minimumlaşdırılması (mini-mini);
 - ☐ potensial imkanlardan maksimum faydalanma və zəif tərəflərin təsirinin minimumlaşdırılması (maxi-mini);
 - ☒ güclü tərəflərdən maksimum faydalanma və potensial təhlükələrin təsirinin minimumlaşdırılması (maxi-mini);
 - ☐ eyni zamanda güclü tərəflərdən və imkanlardan maksimum faydalanma, zəif tərəflərin və təhlükələrin minimumlaşdırılması (maxi-maxi-mini-mini).
-

Sual: SWOT matrisin “Z – T” (W – T) bölməsində yerləşən strategiyaların mahiyyəti nədən ibarətdir? (Çəki: 1)

- ☐ güclü tərəflərdən və potensial imkanlardan maksimum faydalanma (maxi-maxi);
 - ☒ zəif tərəflərin və potensial təhlükələrin təsirinin minimumlaşdırılması (mini-mini);
 - ☐ potensial imkanlardan maksimum faydalanma və zəif tərəflərin təsirinin minimumlaşdırılması (maxi-mini);
 - ☐ güclü tərəflərdən maksimum faydalanma və potensial təhlükələrin təsirinin minimumlaşdırılması (maxi-mini);
 - ☐ eyni zamanda güclü tərəflərdən və imkanlardan maksimum faydalanma, zəif tərəflərin və təhlükələrin minimumlaşdırılması (maxi-maxi-mini-mini).
-

Bölmə: 0901

Ad	0901
Suallardan	31
Maksimal faiz	31
Sualları qarışdırmaq	☒
Suallar təqdim etmək	2 %

Sual: Aşağıdakılardan hansı firmanın həyat tsiklinin mərhələsi deyil? (Çəki: 1)

- ☐ yaranma mərhələsi;
 - ☐ böyümə və inkişaf mərhələsi;
 - ☐ yetkinlik mərhələsi;
 - ☐ tənəzzül mərhələsi;
 - ☒ müflisləşmə və iflas mərhələsi.
-

Sual: Patient müəssisələrin bazar davranışı hansı heyvanın davranış tərzinə bənzədilir? (Çəki: 1)

- ☐ "boz siçanlar";
 - ☒ "hiyləgər" tülkülər";
 - ☐ "ilk qaranquşlar";
 - ☐ "məğrur aslanlar";
 - ☐ "qüdrətli fillər".
-

Sual: Violent müəssisələrin bazar davranışı hansı heyvanın davranış tərzinə bənzədilir? (Çəki: 1)

- ☐ "boz siçanlar";
 - ☐ "hiyləgər" tülkülər";
 - ☐ "ilk qaranquşlar";
 - ☒ "məğrur aslanlar";
 - ☐ "qüdrətli fillər".
-

Sual: Eksplərent müəssisələrin bazar davranışı hansı heyvanın davranış tərzinə bənzədilir? (Çəki: 1)

- ☐ "boz siçanlar";
 - ☐ "hiyləgər" tülkülər";
 - ☒ "ilk qaranquşlar";
 - ☐ "məğrur aslanlar";
 - ☐ "astagəl begemotlar".
-

Sual: Kommutant müəssisələrin bazar davranışı hansı heyvanın davranış tərzinə bənzədilir? (Çəki: 1)

- ☒ "boz siçanlar";
 - ☐ "hiyləgər" tülkülər";
 - ☐ "ilk qaranquşlar";
 - ☐ "məğrur aslanlar";
 - ☐ "astagəl begemotlar".
-

Sual: Aşağıdakı davranış tiplərindən hansı biri nəhəng şirkətlərə aid edilə bilməz? (Çəki: 1)

- ☒ patient
- ☐ violent;
- ☐ "məğrur aslanlar";
- ☐ "qüdrətli fillər";

☐ “astagəl begemotlar”.

Sual: İnkişaf strategiyasına qarşı qoyulan başlıca tələb nədir? (Çəki: 1)

- ☒ səmərəlilik
 - ☐ səmərə
 - ☐ həcmcə qısa olması
 - ☐ 5 illik olması
 - ☐ milli dildə yazılması
-

Sual: Firma fəaliyyətinin iqtisadi səmərəliliyinin meyarı aşağıda göstərilənlərdən hansıdır? (Çəki: 1)

- ☐ ümumi gəlir
 - ☐ istehsal olunan məhsulun dəyər ifadəsində həcmi
 - ☐ əmtəəlik məhsul
 - ☒ mənfəət
 - ☐ istehsal xərcləri
-

Sual: Səmərəli strategiyanın əsas xüsusiyyətlərinin sayı neşədir? (Çəki: 1)

- ☐ 3
 - ☐ 4
 - ☒ 5
 - ☐ 6
 - ☐ 7
-

Sual: Aşağıdakılardan hansı səmərəli strategiyanın əsas xüsusiyyətləri sırasına aid deyil? (Çəki: 1)

- ☐ İşlənən və seçilən strategiyanın mental düzgünlüyü
 - ☐ Situasiyalılıq
 - ☒ Paralellik
 - ☐ Strategiyanın unikallığı
 - ☐ Gələcək qeyri-müəyyənliyə strateji imkan kimi yanaşılması
-

Sual: Aşağıdakılardan hansı səmərəli strategiyanın əsas xüsusiyyətləri sırasına aiddir? (Çəki: 1)

- ☐ Paralellik
 - ☒ Çevik uyğunluq (adekvatlıq)
 - ☐ Təkrarsızlıq
 - ☐ Həcmcə qısa olması
 - ☐ Milli dildə yazılması
-

Sual: Səmərəli strategiyanın əsas xüsusiyyətləri haqqında deyilən fikirlərdən hansı doğrudur? (Çəki: 1)

- ☐ bunlar alternativlərdir, hər biri digərlərini inkar edir
- ☒ bunlar bir-birindən qarşılıqlı asılıdır və bir-birlərini qarşılıqlı tamamlayırlar

- ☐ bunların arasında müəyyən ziddiyyətlər ola bilər
 - ☐ bunlar qarşılıqlı tərs mütənəsibdir
 - ☐ bunların arasında heç bir məntiqi bağlılıq yoxdur
-

Sual: Aşağıdakılardan hansıları strategiyaların təsnifləşdirilməsi əlamətləri hesab olunur? (Çəki: 1)

- ☐ Baza strategiyaları
 - ☐ Rəqabət üstünlüklərinə nailolma strategiyaları
 - ☐ Rəqabətli mühitdə davranış strategiyaları
 - ☒ Bunların hamısı
 - ☐ bunların heç biri
-

Sual: Aşağıdakılardan hansıları strategiyaların təsnifləşdirilməsi əlamətləri hesab olunur? (Çəki: 1)

- ☐ Sahə strategiyaları
 - ☐ Portfel strategiyaları
 - ☐ Uyğunlaşma strategiyaları
 - ☐ Bunların hamısı
 - ☒ 1və 2 variantları
-

Sual: Aşağıdakılardan hansı biri strategiyaların təsnifləşdirilməsi əlaməti deyil? (Çəki: 1)

- ☐ baza strategiyaları
 - ☒ davamlılıq strategiyaları
 - ☐ rəqabət üstünlüklərinə nailolma strategiyaları
 - ☐ portfel strategiyaları
 - ☐ funksional strategiyalar
-

Sual: Aşağıdakılardan hansı biri strategiyaların təsnifləşdirilməsi əlamətidir? (Çəki: 1)

- ☐ davamlılıq strategiyaları
 - ☐ səmərəlilik strategiyaları
 - ☒ firmanın həyat tsiklinin mərhələləri üzrə davranış strategiyaları
 - ☐ transformasiya strategiyaları
 - ☐ yekunlaşdırma strategiyaları
-

Sual: Aşağıdakılardan hansıları baza strategiyaları üzrə təsnifləşdirməni xarakterizə edir (Çəki: 1)

- ☐ artım strategiyaları
 - ☐ fokuslanma strategiyaları
 - ☐ ixtisaretmə strategiyaları
 - ☐ bunların hamısı
 - ☒ a və c variantları
-

Sual: Aşağıdakılardan hansı biri baza strategiyaları üzrə təsnifləşdirməni xarakterizə etmir? (Çəki: 1)

- ☐ təmərküzləşdirici artım strategiyaları

- ☐ diversifikasiyalı artım strategiyaları
 - ☐ integrallaşdırılmış artım strategiyaları
 - ☒ bazar lideri strategiyaları
 - ☐ ixtisaretmə strategiyaları
-

Sual: Rəqabət üstünlüklərinə nailolma baxımından neçə qrup strategiyalar fərqləndirilir? (Çəki: 1)

- ☐ 4
 - ☐ 5
 - ☒ 6
 - ☐ 7
 - ☐ 8
-

Sual: Aşağıdakılardan hansıları rəqabət üstünlüklərinə nailolma strategiyaları hesab olunur? (Çəki: 1)

- ☐ xərclərin minimumlaşdırılması (maya dəyərində liderlik) strategiyası,
 - ☐ differensasiya (fərqliləşdirmə) strategiyası,
 - ☐ fokuslanma strategiyası
 - ☒ bunların hamısı
 - ☐ bunların heç biri
-

Sual: Aşağıdakılardan hansıları rəqabət üstünlüklərinə nailolma strategiyaları hesab olunur? (Çəki: 1)

- ☐ innovasiya strategiyası
 - ☐ operativ reaksiya strategiyası
 - ☐ sinerqizm strategiyası
 - ☒ bunların hamısı
 - ☐ bunların heç biri
-

Sual: Xərclərin minimumlaşdırılması strategiyalarını başqa necə adlandırırlar? (Çəki: 1)

- ☒ maya dəyərində liderlik strategiyaları
 - ☐ istehsalda liderlik strategiyaları
 - ☐ məhsuldarlıqda liderlik strategiyaları
 - ☐ rəqabətdə liderlik strategiyaları
 - ☐ ixtisaretmə strategiyaları
-

Sual: Xərclərin minimumlaşdırılması strategiyası tətbiqi zamanı firmaya rəqabət üstünlüyü təmin edən nədir? (Çəki: 1)

- ☐ rəqiblərlə müqayisədə məhsulun yüksək keyfiyyəti
 - ☒ rəqiblərlə müqayisədə xərclərin aşağı səviyyəsi
 - ☐ rəqiblərlə müqayisədə istehsalın çevikliyi
 - ☐ rəqiblərlə müqayisədə bazarın böyüklüyü
 - ☐ rəqiblərlə müqayisədə daha yaxşı imic
-

Sual: Fərqliləşdirmə strategiyası aşağıdakılardan hansının fərqliləşdirilməsini nəzərdə

tutmur? (Çəki: 1)

- ☐ məhsul
 - ☐ heyət
 - ☒ sahə
 - ☐ xidmət (servis)
 - ☐ imic
-

Sual: Fərqliləşdirmə strategiyası aşağıdakı elementlərdən hansılarının fərqliləşdirilməsinə əsaslanı bilər? (Çəki: 1)

- ☐ keyfiyyət, dizayn, yenilik, müştəri xidməti
 - ☐ texnologiya, bazara daha tez çıxmaq və ya reaksiya vermək
 - ☐ çatdırma, əlavə servislər, imic
 - ☐ fərdi xidmət, sosial mesaj, təhlükəsizlik
 - ☒ bunların hamısı
-

Sual: Hansı strategiyanın tətbiqi zamanı firma bütün söylərini spesifik bir bazar segmenti, məhsul çeşidi və ya coğrafi bazar üzərində cəmləyir? (Çəki: 1)

- ☒ fokuslaşma
 - ☐ diversifikasiya
 - ☐ korporativ
 - ☐ çeşidlənmə
 - ☐ bunların hamısında
-

Sual: Müəssisənin fəaliyyətinin ayrı-ayrı tərəflərində yeniliklərin tətbiqi əsasında rəqəbət üstünlüyünün əldə edilməsi hansı strategiyada nəzərdə tutulur? (Çəki: 1)

- ☐ fokuslaşma
 - ☐ diversifikasiya
 - ☐ strukturlaşma
 - ☒ innovasiya
 - ☐ elmi-texniki tərəqqi
-

Sual: Aşağıdakı əlamətlərdən hansı biri müəssisənin innovasiya fəaliyyətini bilavasitə səciyyələndirmir? (Çəki: 1)

- ☐ yeni orijinal ideyanın reallaşdırılması və hazır məhsul şəklində bazara çıxarılması
 - ☐ yeni satış bazarlarının və yeni satış üsullarının tapılması
 - ☐ yeni idarəetmə üsullarının tətbiqi
 - ☐ istehlakçıların istəklərinin öyrənilməsi sahəsində tədqiqatlar
 - ☒ müəssisənin cari və perspektiv fəaliyyətinin planlaşdırılması
-

Sual: Xarici mühitdə baş verən dəyişikliklərə rəqiblərlə müqayisədə daha çevik reaksiya verməklə uğur əldə edilməsini nəzərdə tutan strategiya hansıdır? (Çəki: 1)

- ☐ fokuslaşma strategiyası
- ☐ diversifikasiya strategiyası
- ☐ korporativ strategiya
- ☐ sinergizm strategiyası
- ☒ operativ reaksiya strategiyası

Sual: Aşağıdakılardan hansı rəqabətli mühitdə davranış strategiyaları hesab olunur? (Çəki: 1)

- ☐ bazar lideri strategiyası
 - ☐ rəqiblərinə meydan oxuyan firmaların strategiyası
 - ☐ davamçının rəqabət davranışı strategiyası
 - ☐ fraqmentar firmaların rəqabətli davranış strategiyaları
 - ☒ bunların hamısı
-

Sual: Aşağıdakılardan hansı sahə strategiyaları sırasında deyil? (Çəki: 1)

- ☐ sahənin yaranması mərhələsinin strategiyaları
 - ☐ sahənin yetkinlik mərhələsi üçün strategiyalar,
 - ☒ sahənin inkişaf mərhələsi üzrə strategiyalar
 - ☐ sahənin tənəzzülü mərhələsi üzrə strategiyalar
 - ☐ bunların heç biri
-

BÖLMƏ: 0902

Ad	0902
Suallardan	28
Maksimal faiz	28
Sualları qarışdırmaq	☒
Suallar təqdim etmək	1 %

Sual: Aşağıdakılardan hansı firmanın həyat tsiklinin müxtəlif mərhələlərinə uyğun bazar davranışı tiplərinə aid deyil? (Çəki: 1)

- ☐ kommutant müəssisələr;
 - ☐ patient müəssisələr;
 - ☐ eksplərent müəssisələr;
 - ☒ eksperiment müəssisələr;
 - ☐ violent müəssisələr.
-

Sual: Eksplərent müəssisələr hansılardır? (Çəki: 1)

- ☐ bazara ənənəvi məhsul və xidmətlərlə yeni daxil olan müəssisələr;
 - ☒ innovativ məhsul və xidmətlərlə bazara yeni daxil olan müəssisələr;
 - ☐ bazarın müəyyən segmentini tutan və bazar payını böyütməyə cəhd göstərən dərin ixtisaslaşmış müəssisələr;
 - ☐ bazar rəqabətindən çəkinməyən, rəqabətə dözümlü və kütləvi istehsalla məşğul olan dərin ixtisaslaşmaya malik firmalar;
 - ☐ bazar lideri olan, aqressiv rəqabətə meyilli, diversifikasiyalı istehsala malik nəhəng transmilli şirkətlər.
-

Sual: Violent müəssisələr hansılardır? (Çəki: 1)

- ☐ bazara ənənəvi məhsul və xidmətlərlə yeni daxil olan müəssisələr;

- ☐ innovativ məhsul və xidmətlərlə bazara yeni daxil olan müəssisələr;
 - ☐ bazarın müəyyən segmentini tutan və bazar payını böyütməyə cəhd göstərən dərin ixtisaslaşmış müəssisələr;
 - ☒ bazar rəqabətindən çəkinməyən, rəqabətə dözümlü və kütləvi istehsalla məşğul olan dərin ixtisaslaşmaya malik fimalar;
 - ☐ bazar lideri olan, aqressiv rəqabətə meylli, diversifikasiyalı istehsala malik nəhəng transmilli şirkətlər.
-

Sual: Kommutant müəssisələr hansılardır? (Çəki: 1)

- ☒ bazara ənənəvi məhsul və xidmətlərlə yeni daxil olan müəssisələr;
 - ☐ innovativ məhsul və xidmətlərlə bazara yeni daxil olan müəssisələr;
 - ☐ bazarın müəyyən segmentini tutan və bazar payını böyütməyə cəhd göstərən dərin ixtisaslaşmış müəssisələr;
 - ☐ bazar rəqabətindən çəkinməyən, rəqabətə dözümlü və kütləvi istehsalla məşğul olan dərin ixtisaslaşmaya malik fimalar;
 - ☐ bazar lideri olan, aqressiv rəqabətə meylli, diversifikasiyalı istehsala malik nəhəng transmilli şirkətlər.
-

Sual: Patient müəssisələr hansılardır? (Çəki: 1)

- ☐ bazara ənənəvi məhsul və xidmətlərlə yeni daxil olan müəssisələr;
 - ☐ innovativ məhsul və xidmətlərlə bazara yeni daxil olan müəssisələr;
 - ☒ bazarın müəyyən segmentini tutan və bazar payını böyütməyə cəhd göstərən dərin ixtisaslaşmış müəssisələr;
 - ☐ bazar rəqabətindən çəkinməyən, rəqabətə dözümlü və kütləvi istehsalla məşğul olan dərin ixtisaslaşmaya malik fimalar;
 - ☐ bazar lideri olan, aqressiv rəqabətə meylli, diversifikasiyalı istehsala malik nəhəng transmilli şirkətlər.
-

Sual: Aşağıdakı uyğunluqlardan hansı doğrudur? (Çəki: 1)

- ☒ kommutant müəssisələr – “boz siçanlar”;
 - ☐ patient müəssisələr – “ilk qaranquşlar”;
 - ☐ eksplərent müəssisələr – “məğrur aslanlar”;
 - ☐ eksperiment müəssisələr – “qüdrətli fillər”;
 - ☐ violent müəssisələr – “hiyləgər tülkülər”.
-

Sual: Aşağıdakı uyğunluqlardan hansı yanlışdır? (Çəki: 1)

- ☐ kommutant müəssisələr – “boz siçanlar”;
 - ☐ patient müəssisələr – “hiyləgər tülkülər”;
 - ☐ eksplərent müəssisələr – “ilk qaranquşlar”;
 - ☒ eksperiment müəssisələr – “qüdrətli fillər”;
 - ☐ violent müəssisələr – “məğrur aslanlar”.
-

Sual: Aşağıdakı elementlərdən hansı idarəetmə qabiliyyətini (menecment-qabiliyyəti) təşkil edən elementlər sırasına aiddir? (Çəki: 1)

- ☐ a)intuisiya
- ☐ b)“canlı yaradıcılıq”

- ☐ c) kreativlik
 - ☒ bunların hamısı
 - ☐ a və c variantları
-

Sual: Səmərəli strategiyanın “menecment elminin, idarəetmə qabiliyyətinin və biznes təcrübəsinin sintezi kimi” ortaya çıxan xüsusiyyəti hansıdır? (Çəki: 1)

- ☒ İşlənən və seçilən strategiyanın mental düzgünlüyü
 - ☐ Situasiyalılıq
 - ☐ Strategiyanın unikallığı
 - ☐ Gələcək qeyri-müəyyənliyə strateji imkan kimi yanaşılması
 - ☐ Çevik adekvatlıq
-

Sual: Aşağıdakı fikirlərdən hansını “səmərəli strategiya”ya şamil etmək olar? (Çəki: 1)

- ☐ bir neçə firmanın birgə söylərlə hazırladığıdır
 - ☒ konkret firmanın strateji uğurunu müəyyən edir
 - ☐ bir qrup firma üçün birgə hazırlanır
 - ☐ sahədəki bütün firmalar ondan eyni dərəcədə faydalana bilər
 - ☐ rəqiblərin vəziyyəti nəzərə alınmadan işlənir
-

Sual: Səmərəli strategiyanın unikallığını təmin edən nədir? (Çəki: 1)

- ☐ strategiyanın işlənildiyi dövrün unikal, təkrarsız xüsusiyyətləri
 - ☒ strategiyada nəzərə alınan unikal, yalnız bu firmaya məxsus olan və onu rəqiblərindən fərqli edən güclü tərəflər
 - ☐ firmanın fəaliyyət göstərdiyi sahənin unikal tərəfləri
 - ☐ firmanın fəaliyyət göstərdiyi sahənin ümumi xüsusiyyətləri
 - ☐ strategiyanın reallaşdırılacağı dövrün unikal xüsusiyyətləri
-

Sual: Firmanın unikal, yalnız onun özünə məxsus olan güclü cəhətlərinin strategiyaya daxil edilməsi nə üçün lazımdır? (Çəki: 1)

- ☐ firmanı rəqiblərdən fərqləndirmək üçün
 - ☐ bu, firmanın xarici mühit dəyişikliklərinə adaptasiyasına yardım edir
 - ☐ firmanın dəyər zəncirinin müəyyən həlqələrini qiymətləndirmək üçün
 - ☐ sahənin unikal xüsusiyyətlərinin strategiyada nəzərə alınması üçün
 - ☒ bu, firmanın strateji rəqabət üstünlüyünün və onun gələcək rəqabət qabiliyyətinin əsasını təşkil edir
-

Sual: Səmərəli strategiyanın “Çevik uyğunluq” xüsusiyyəti ehtiva edir ki, xarici mühit dəyişiklikləri nəticəsində yaranan potensial yeni imkanları reallaşdırma bilmək üçün: (Çəki: 1)

- ☒ firmanın özünün daxilindəki strateji dəyişikliklər xarici mühit dəyişikliklərinə adekvat (uyğun) olmalıdır
- ☐ firmanın xarici mühitindəki strateji dəyişikliklər firmanın rəhbərliyindəki dəyişikliklərə uyğun olmalıdır
- ☐ sahənin daxilindəki strateji dəyişiklikləri xarici mühit dəyişikliklərinə adekvat olmalıdır
- ☐ rəqabət mühitindəki dəyişikliklər xarici mühit dəyişikliklərinə adekvat olmalıdır

- ☐ xarici mühit dəyişiklikləri sahənin daxilindəki strateji dəyişiklikləri uyğun olmalıdır
-

Sual: Aşağıdakılardan hansıları rəqabət üstünlüklərinə nailolma strategiyaları hesab olunur? (Çəki: 1)

- ☐ bazar lideri strategiyası
☐ davamçının rəqabət davranışı strategiyası
☐ rəqiblərinə meydan oxuyan firmaların strategiyası
☐ bunların hamısı
☒ bunların heç biri
-

Sual: Aşağıdakılardan hansı biri rəqabət üstünlüklərinə nailolma strategiyası hesab olunmur? (Çəki: 1)

- ☐ maya dəyərində liderlik strategiyası
☐ fərqliləşdirmə strategiyası
☒ təmərküzləşmə strategiyası
☐ fokuslanma strategiyası
☐ sinerqizm strategiyası
-

Sual: Rəqabət üstünlüklərinə nailolma strategiyaları nəyə əsaslanır? (Çəki: 1)

- ☒ Bu strategiyaların hər biri firmanın müəyyən rəqabət üstünlüyünə nail olunmasına əsaslanır
☐ Bu strategiyaların hər biri firmanın inhisar mövqeyinə nail olunmasına əsaslanır
☐ Bu strategiyaların hər biri firmanın digər firmalarla bərabər rəqabət şərtlərinə nail olunmasına əsaslanır
☐ Bu strategiyaların hər biri firmanın fəaliyyət dairəsinin genişləndirilməsinə əsaslanır
☐ Bu strategiyaların hər biri sahədə bərabər rəqabət şərtlərinin təmin edilməsinə əsaslanır
-

Sual: Rəqabət üstünlüklərinə nail olmaq üçün firmaya rəqabət üstünlüyü verən nədir? (Çəki: 1)

- ☐ a) firmanın konkret biznes üçün mühüm əhəmiyyət kəsb edən gözə çarpan və ya çarpmayan aktivləri
☐ b) firmanın özünün fəaliyyət sahəsində malik olduğu xüsusi səriştələr
☐ c) xarici mühitin firmaya yaratdığı potensial imkanlar
☐ a və c variantları
☒ a və b variantları
-

Sual: Xərclərin minimumlaşdırılması strategiyasının hədəfində olan nədir? (Çəki: 1)

- ☐ rəqiblərlə müqayisədə əmtənin daşınma xərclərinin daha aşağı səviyyəsinin təmin edilməsi
☒ rəqiblərlə müqayisədə əmtənin sistemli xərclərinin daha aşağı səviyyəsinin təmin edilməsi
☐ rəqiblərlə müqayisədə əmtənin dövriyyə xərclərinin aşağı səviyyəsinin təmin edilməsi
☐ əmtənin istehsal xərclərinin səviyyəsinin rəqiblərlə bərabərləşdirilməsi
☐ əmtənin sistemli xərclərinin rəqiblərlə eyni səviyyədə olmasının təmin edilməsi
-

Sual: Xərclərin minimumlaşdırılması strategiyasını tətbiq edən firma məhsulunu hansı qiymətə sata bilər? (Çəki: 1)

- ☐ a) rəqiblərlə müqayisədə daha yüksək qiymətə
 - ☐ b) rəqiblərlə müqayisədə daha aşağı qiymətə
 - ☐ c) rəqiblərlə eyni qiymətə
 - ☐ a və c variantları
 - ☒ b və c variantları
-

Sual: Fərqliləşdirmə strategiyasının tətbiq edən firmaya rəqabət üstünlüyü verən nədir? (Çəki: 1)

- ☐ firmanın rəqiblərlə müqayisədə daha aşağı xərclərə nail olması
 - ☐ rəqiblərlə müqayisədə firmanın məhsulunu daha ucuz satması
 - ☐ firmanın daha böyük məhsul istehsalı həcmələrinə malik olması
 - ☒ firmanın rəqiblərində olmayan fərqli bir özəlliyə və bənzərsiz bir ünsürə sahib olması
 - ☐ firmanın məhsullarının kütləvi istahsalına nail olması
-

Sual: Fokuslanma strategiyası nəyə həflənir? (Çəki: 1)

- ☐ xarici mühitdə baş verən dəyişikliklərə firmanın çevik reaksiya verməklə uğur əldə etməsi
 - ☐ firmanın rəqiblərinin olmadığı başqa bir məhsul istehsalı sahəsinə keçməsi
 - ☒ bazarın seçilmiş segmentində daha dərin ixtisaslaşaraq istehkakçılarının ehtiyaclarını rəqiblərlə müqayisədə daha dolğun təmin etmək
 - ☐ firmanın rəqib firmaları özünə birləşdirərək müəyyən məhsul istehsalını öz əlində cəmləməsi
 - ☐ əmtəənin istehsal xərclərinin səviyyəsinin rəqiblərlə bərabərləşdirilməsi
-

Sual: İnnovasiya strategiyasının tətbiqi zamanı firma rəqabət üstünlüyünə necə nail olmaq istəyir? (Çəki: 1)

- ☐ a) prinsipcə yeni məhsulların və ya texnologiyanın yaradılması yolu ilə
 - ☐ b) firmanın rəqiblərinin olmadığı başqa bir məhsul istehsalı sahəsinə keçməsi
 - ☐ c) mövcud dərk edilmiş və ya edilməmiş tələbatların yeni üsullarla ödənilməsi yolu ilə
 - ☐ bunların hamısı
 - ☒ a və c variantları
-

Sual: Aşağıdakılardan hansı biri innovasiya tsiklini xarakterizə edir? (Çəki: 1)

- ☐ yeni ideya – ideyanın layihələndirilməsi – yeni məhsulun buraxılışı – hazır məhsulun satışı – gəlir əldə olunması
 - ☒ elmi və marketing tədqiqatları – yeni ideya – ideyanın layihələndirilməsi - yeni məhsulun sınaq buraxılışı – məhsulun təkmilləşdirilməsi – məhsulun kütləvi buraxılışı
 - ☐ yeni ideya – layihələndirmə – məhsul istehsalı – məhsul satışı – gəlir götürülməsi – mənfəətin bölgüsü
 - ☐ elmi tədqiqatlar - marketing tədqiqatları - yeni məhsulun buraxılışı – yeni satış bazarlarının əldə edilməsi
 - ☐ marketing tədqiqatları - investisiya layihəsi – yeni məhsulun yaradılması - məhsul istehsalının təşkili
-

Sual: Operativ reaksiya strategiyasını tətbiq edən firma rəqabət üstünlüyünə necə nail olmağı düşünür? (Çəki: 1)

- ☐ prinsipcə yeni məhsulların və ya texnologiyanın yaradılması yolu ilə
 - ☐ yeni yaranan sahələrdə fəaliyyət göstərməklə
 - ☒ xarici mühitdə baş verən dəyişikliklərə ən qısa müddətdə uyğunlaşmaqla
 - ☐ firmanın daxilində baş verən dəyişikliklərə sürətlə uyğunlaşmaqla
 - ☐ firmanın fəaliyyətinin operativ planlaşdırılması sistemini təkmilləşdirməklə
-

Sual: Sinerqizm strategiyası nədir? (Çəki: 1)

- ☐ prinsipcə yeni məhsulların və ya texnologiyanın yaradılması yolu ilə rəqabət üstünlüyünə nail olma strategiyasıdır
 - ☒ bu, iki və daha çox biznes-vahidin bir əldə birləşdirilməsi hesabına rəqabət üstünlüyünə nail olma strategiyasıdır
 - ☐ firmanın daxilində baş verən dəyişikliklərə sürətlə uyğunlaşmaqla rəqabət üstünlüyünə nail olma strategiyasıdır
 - ☐ xarici mühitdə baş verən dəyişikliklərə firmanın çevik reaksiya verməklə uğur əldə etməsi strategiyasıdır
 - ☐ bunların hamısı
-

Sual: Aşağıdakılardan hansı biri rəqabətli mühitdə davranış strategiyası hesab olunur? (Çəki: 1)

- ☐ bazarda "öz yerini bilməyən" firmanın rəqabət davranışı strategiyası
 - ☐ ölkədə "öz yerini bilən" firmanın rəqabət davranışı strategiyası
 - ☒ bazarda "öz yerini bilən" firmanın rəqabət davranışı strategiyası
 - ☐ istehlakda "öz yerini bilən" firmanın rəqabət davranışı strategiyası
 - ☐ rəqibləri ilə əməkdaşlıq edən firmaların strategiyası
-

Sual: Sahə strategiyalarını bir-birindən fərqləndirən başlıca amil hansıdır? (Çəki: 1)

- ☒ sahənin inkişaf mərhələsi
 - ☐ firmanın həyat tsikli
 - ☐ sahənin əhatə dairəsi
 - ☐ sahənin məhsuluna olan tələbatın dəyişilməsi
 - ☐ sahənin miqyasları
-

Sual: Sahə strategiyalarının işlənilməsi zamanı nəzərə alınmalı amillər hansılardır? (Çəki: 1)

- ☐ sahənin növü və miqyasları
 - ☐ sahənin həyat tsikli
 - ☐ sahənin orta xərcləri
 - ☐ sahənin başlıca uğur amilləri
 - ☒ bunların hamısı
-

BÖLMƏ: 0903

Maksimal faiz	21
Sualları qarışdırmaq	☒
Suallar təqdim etmək	1 %

Sual: Strategiyanın seçilməsi (strateji seçim) nə deməkdir? (Çəki: 1)

- ☒ Bu, firmanın qarşıya qoyduğu məqsədə aparan inkişaf alternativlərinin müəyyənləşdirilməsini, bunların qiymətləndirilməsini və ən əlverişli variantın seçilməsini nəzərdə tutur;
- ☐ müxtəlif məhsul növləri arasında ən gəlirli məhsulun seçilməsini və istehsalını nəzərdə tutur;
- ☐ müxtəlif bazarlar arasında mənfəətin maksimumlaşdırılmasını təmin edən bazarın seçilməsini və həmin bazarda möhkəmlənməni nəzərdə tutur;
- ☐ daha məhsuldar və daha mütərəqqi texnologiyanın seçilməsini nəzərdə tutur;
- ☐ diversifikasiyalı artım strategiyasının tətbiqini nəzərdə tutur.

Sual: Violent müəssisələr biznesin inkişafının etalon strategiyalarından hansına üstünlük verirlər? (Çəki: 1)

- ☐ a) təmərküzləşdirici artım strategiyaları;
- ☐ b) integrallaşdırılmış artım strategiyaları;
- ☐ c) diversifikasiyalı artım strategiyaları;
- ☐ ixtisaretmə strategiyaları;
- ☒ b və c "variantları"

Sual: Patient müəssisələr biznesin inkişafının etalon strategiyalarından hansına üstünlük verirlər? (Çəki: 1)

- ☒ a) təmərküzləşdirici artım strategiyaları;
- ☐ b) integrallaşdırılmış artım strategiyaları;
- ☐ c) diversifikasiyalı artım strategiyaları;
- ☐ ixtisaretmə strategiyaları;
- ☐ a və b "variantları"

Sual: "Astagəl begemotlar" vəziyyətində olan firmalar biznesin inkişafının etalon strategiyalarından hansına üstünlük verirlər? (Çəki: 1)

- ☐ təmərküzləşdirici artım strategiyaları;
- ☐ integrallaşdırılmış artım strategiyaları;
- ☐ diversifikasiyalı artım strategiyaları;
- ☒ ixtisaretmə strategiyaları;
- ☐ hamısına.

Sual: Qiymət liderliyi strategiyasını tətbiq edən firma necə davranır? (Çəki: 1)

- ☐ rəqiblərin məhsulları ilə müqayisədə şirkət öz məhsulunun fərqli cəhətlərini artırmaq hesabına daha çox alıcı cəlb etməyə çalışır;
- ☒ rəqiblərlə müqayisədə daha aşağı qiymətlər hesabına şirkət daha çox alıcı cəlb etməyə çalışır;

- ☐ şirkət müəyyən bir əlamət üzrə istehlakçıların daha dar bir segmentində möhkəmlənməyə çalışır;
 - ☐ şirkət rəqiblərin qiymətləri səviyyəsini saxlamaqla məhsulun keyfiyyətini – istehlak dəyərini – artırmaq hesabına daha çox alıcı cəlb etməyə çalışır;
 - ☐ şirkət unikal və təkrarsız məhsullar təklif etmək yolu ilə rəqiblərini bazar segmentindən sıxışdırıb çıxarmağa çalışır
-

Sual: Fokuslaşma strategiyasını tətbiq edən firma necə davranır? (Çəki: 1)

- ☐ rəqiblərin məhsulları ilə müqayisədə şirkət öz məhsulunun fərqli cəhətlərini artırmaq hesabına daha çox alıcı cəlb etməyə çalışır;
 - ☐ rəqiblərlə müqayisədə daha aşağı qiymətlər hesabına şirkət daha çox alıcı cəlb etməyə çalışır;
 - ☒ şirkət müəyyən bir əlamət üzrə istehlakçıların daha dar bir segmentində möhkəmlənməyə çalışır;
 - ☐ şirkət rəqiblərin qiymətləri səviyyəsini saxlamaqla məhsulun keyfiyyətini – istehlak dəyərini – artırmaq hesabına daha çox alıcı cəlb etməyə çalışır;
 - ☐ şirkət unikal və təkrarsız məhsullar təklif etmək yolu ilə rəqiblərini bazar segmentindən sıxışdırıb çıxarmağa çalışır.
-

Sual: Differensasiya strategiyasını tətbiq edən firma necə davranır? (Çəki: 1)

- ☒ rəqiblərin məhsulları ilə müqayisədə şirkət öz məhsulunun fərqli cəhətlərini artırmaq hesabına daha çox alıcı cəlb etməyə çalışır;
 - ☐ rəqiblərlə müqayisədə daha aşağı qiymətlər hesabına şirkət daha çox alıcı cəlb etməyə çalışır;
 - ☐ şirkət müəyyən bir əlamət üzrə istehlakçıların daha dar bir segmentində möhkəmlənməyə çalışır;
 - ☐ şirkət rəqiblərin qiymətləri səviyyəsini saxlamaqla məhsulun keyfiyyətini – istehlak dəyərini – artırmaq hesabına daha çox alıcı cəlb etməyə çalışır;
 - ☐ şirkət unikal və təkrarsız məhsullar təklif etmək yolu ilə rəqiblərini bazar segmentindən sıxışdırıb çıxarmağa çalışır.
-

Sual: “İşlənən və seçilən strategiyanın mental düzgünlüyü” aşağıdakı elementlərdən hansılarının məhdud sintezi olaraq meydana çıxır? (Çəki: 1)

- ☐ a)menecment-elm
 - ☐ b)menecment-qabiliyyət
 - ☐ c)uğurlu biznes təcrübəsi
 - ☒ bunların hamısı
 - ☐ a və b variantları
-

Sual: Səmərəli strategiyanın “situasiyalılıq” xüsusiyyəti nəyi nəzərdə tutur? (Çəki: 1)

- ☐ effektiv strategiya istənilən situasiyanın səciyyəvi xüsusiyyətlərini gələcək uğur amillərinə inteqrasiya edə bilər
- ☐ effektiv strategiya məhz verilmiş konkret situasiyanın bütün xüsusiyyətləri nəzərə alınaraq işlənir
- ☒ effektiv strategiya məhz verilmiş konkret situasiyanın səciyyəvi xüsusiyyətlərini gələcək uğur amillərinə inteqrasiya edir
- ☐ firmanın strategiyasına onu bütün digər rəqiblərin strategiyalarından fərqli edən bir sıra güclü amillər daxil edilir

- ☐ səmərəli strategiya proqnozlaşdırılan konkret situasiyaya hesablanır
-

Sual: Səmərəli strategiyanın “unikallıq” xüsusiyyəti nəyi nəzərdə tutur? (Çəki: 1)

- ☐ effektiv strategiya məhz verilmiş situasiyanın unikal xüsusiyyətlərini gələcək uğur amillərinə çevirir
 - ☐ effektiv strategiya gələcək dövrün unikal xüsusiyyətlərini nəzərə alınaraq işlənir
 - ☐ səmərəli strategiya xarici mühitin unikal dəyişikliklərinə əsaslanır
 - ☐ səmərəli strategiya proqnozlaşdırılan dövrün unikal hallarına hesablanır
 - ☒ konkret firmanın strategiyasına onu bütün digər rəqiblərin strategiyalarından fərqli edən özünəməxsus və unikal güclü amillər daxil edilməlidir
-

Sual: Aşağıdakı fikirlərdən hansı biri səmərəli strategiyanın “gələcək qeyri-müəyyənliyi strateji imkan kimi baxılması” xüsusiyyəti ilə bağlı deyil? (Çəki: 1)

- ☐ gələcək prinsip etibarilə qeyri-müəyyən hesab edilir
 - ☐ gələcəkdəki qeyri-müəyyənliklər konkret firmanın inkişaf mənbəyini təşkil edə bilər
 - ☒ gələcək qeyri-müəyyənliyə görə firma hansısa müsbət bir tərəfinə görə mütləq bütün digər rəqiblərindən fərqlənir
 - ☐ səmərəli strategiya xarici mühit dəyişikliklərini konkret firmanın unikal strateji rəqabət üstünlüklərinə çevirməyi bacarmalıdır
 - ☐ xarici mühitdəki sürətli dəyişikliklər müəyyən təhlükələrlə yanaşı həm də gələcək biznes-uğurun əldə edilməsi üçün yeni imkanları ifadə edir
-

Sual: Maya dəyərində liderlik strategiyasının tətbiqi zamanı zəruri olması göstərilən aşağıdakı hallardan hansı yanlıştır? (Çəki: 1)

- ☐ böyük həcməldə məhsul buraxan müəssisələrin qurulması
 - ☐ illərlə toplanmış təcrübə əsasında maya dəyərinin kəskin azaldılmasına nail olunması
 - ☐ maya dəyəri və ümumi xərclərə davamlı və sıx nəzarətin təmin edilməsi
 - ☒ əsasən kiçik müştərilərin sifarişlərinin cəlb edilməsi
 - ☐ araşdırma-təkmilləşdirmə, xidmət, reklam və s. kimi sahələrdə xərclərin minimuma endirilməsi
-

Sual: Aşağı maya dəyəri ilə çalışmaq üçün firmaların malik olması zəruri sayılan aşağıdakı şərtlərdən hansı yanlıştır? (Çəki: 1)

- ☒ məhsul istehsalına sərf edilən mal-material məsrəflərini texnoloji normalarla müqayisədə daha aşağı etməlidir
 - ☐ xammal və materialları daha asan və ucuz əldə edə bilmək
 - ☐ sabit xərclərin daha da bölünməsi üçün məhsul istehsalının böyük həcmələrinə sahib olmaq
 - ☐ daha yüksək əmək məhsuldarlığına malik olmaq
 - ☐ həcm üstünlüyündən yararlanmaq üçün böyük bazar payına və müştəri qrupuna sahib olmaq.
-

Sual: Fərqliləşdirmə strategiyası üçün aşağıdakı şərtlərdən hansı yaramır? (Çəki: 1)

- ☐ məhsula alıcı üçün zəruri olan və onu rəqiblərin təkliflərindən daha keyfiyyətli edən fərqli xüsusiyyətlər vermək

- ☒ həcm üstünlüyündən yararlanmaq üçün böyük bazar payına və müştəri qrupuna sahib olmaq
 - ☐ satılan malları müşayiət edən müxtəlif və rəqiblərlə müqayisədə daha yüksək səviyyəli xidmətlər təqdim etmək
 - ☐ rəqiblərlə müqayisədə müştərilərlə daha səmərəli işləyən heyətə malik olmaq
 - ☐ firmanın daha sərfəli imicinin, reklam markasının yaradılması
-

Sual: Firmaları rəqabət mübarizəsində fərqliliyə müraciət etməyə yönəldən nədir? (Çəki: 1)

- ☐ a) istehlakçıların ehtiyaclarında olan fərqli çalarlar
 - ☐ b) müştərilərin daha keyfiyyətli məhsulu daha ucuz almaq istəyi
 - ☐ c) müştərilərin məhsullardan gözlədikləri fayda məfhumunun fərqli xarakter alması
 - ☐ bunların hamısı
 - ☒ a və c variantları
-

Sual: Fərqliləşdirmə strategiyası firma üçün fərqliləşmənin səbəb olduğu yüksək xərclərə başa gəlir və nəticədə məhsulun qiymət qalxır. Bu halda fərqliləşdirmə strategiyasının uğuru üçün zəruri sayılan aşağıdakı şərtlərdən hansı yanlıştır? (Çəki: 1)

- ☐ müştəri hiss etməlidir ki, təklif edilən fərqlilik özünün əlavə xərcləri baxımından səmərəlidir
 - ☐ müştərilər təklif edilən mal və ya xidmətin rəqiblərin təklif etdiklərindən nə qədər fərqli olduğunu başa düşməli və anlamalıdır
 - ☐ firma fərqli məhsulu (xidməti) mənfəət təmin edə biləcək miqdarı, qiyməti və xərcləri nəzərə almaqla istehsal edə bilməlidir
 - ☐ fərqlilik rəqiblər tərəfindən təqlid edilə bilməməli və davamlı olaraq təkmilləşdirilməlidir
 - ☒ fərqlilik rəqiblər tərəfindən qəbul edilməli və rəqiblər onu təqlid etməməlidirlər
-

Sual: Fokuslanma strategiyasını firmalar nə zaman seçməyə məcbur olurlar? (Çəki: 1)

- ☐ a) geniş istehsal və resurs potensialına malik olduqda
 - ☐ b) resursların çatışmazlığı ilə üzləşdikdə
 - ☐ c) bazara və ya sahəyə giriş maneələrinin sərtləşməsi ilə üzləşdikdə
 - ☐ bunların hamısı
 - ☒ b və c variantları
-

Sual: Fokuslanma strategiyasını tətbiq edən firmalar haqqında deyilən fikirlərdən hansı yanlıştır? (Çəki: 1)

- ☐ firma resursların çatışmazlığı ilə üzləşdiyindən bu strategiyayı seçməyə məcbur ola bilər
 - ☒ belə firma daha böyük bazara fokuslandığından sahədə olan bütün fərsətləri yaxşı görə və dəyərləndirə bilər
 - ☐ firma daha kiçik bazara fokuslandığından segmentdə olan bütün fərsətləri yaxşı görə və dəyərləndirə bilər
 - ☐ belə firmalar məlum segmentdən kənarda qalan bazar fərsətlərini görməkdə və dəyərlənməkdə çətinlik çəkirlər
 - ☐ firma bazara və ya sahəyə giriş maneələrinin sərtləşməsi ilə üzləşdiyindən bu strategiyayı seçməyə məcbur ola bilər
-

Sual: Aşağıdakılardan hansını innovasiya proseslərinin idarə olunmasının daha vacib məsələsi hesab etmək olar? (Çəki: 1)

- ☐ yeniliyin texnoloji potensialının onun iqtisadi potensialına uyğunlaşdırılmasının təmin edilməsi
- ☐ yeniliyin iqtisadi potensialının onun texnoloji potensialına uyğunlaşdırılmasının təmin edilməsi
- ☐ yeniliyin texnoloji potensialı ilə onun iqtisadi potensialının tam reallaşdırılması
- ☒ yeniliyin texnoloji potensialı ilə onun iqtisadi potensialının optimal uzlaşdırılmasının təmin edilməsi
- ☐ yeniliyin texnoloji potensialının reallaşdırılması üçün zəruri xərclərin təmin edilməsi

Sual: Sinerqizm strategiyasının tətbiqi zamanı firmaya xüsusi rəqabət üstünlüyü verən nədir? (Çəki: 1)

- ☐ firmanın daha böyük resurs potensialına malik olması
- ☒ sinergetik effektin idarə edilməsi bacarığı
- ☐ sinergetik effektin paylanması bacarığı
- ☐ sinergetik effektin təkrarlanması dərəcəsi
- ☐ firmanın başqa müəssisələri özünə birləşdirməsi

Sual: Firmanın əldə etdiyi sinergetik effekt nəticə etibarı ilə özünü nədə göstərə bilər? (Çəki: 1)

- ☐ a)firmada məhsuldarlığın yüksəlməsində
- ☐ b)xərclərin azaldılmasında (məhsulun qiymətinin aşağı düşməsində)
- ☐ c)firmanın məhsulunun yeni unikal xassələr alması
- ☒ bunların hamısında
- ☐ a və c variantları

Bölmə: 1001

Ad	1001
Suallardan	14
Maksimal faiz	14
Sualları qarışdırmaq	☒
Suallar təqdim etmək	2 %

Sual: Strateji alternativlərin formalaşdırılması və strateji seçim strateji planlaşdırmanın hansı mərhələsində həyata keçirilir? (Çəki: 1)

- ☐ birinci mərhələsində
- ☐ ikinci mərhələsində
- ☒ üçüncü mərhələsində
- ☐ dördüncü mərhələsində
- ☐ beşinci mərhələsində

Sual: İnkişaf strategiyasının işlənməsi zamanı firma niyə strateji seçim zərurəti ilə üzləşir? (Çəki: 1)

- ☐ qarşıya qoyulan strateji məqsədlərə çatmağın bir neçə strateji alternativinin mümkün olmaması üzündən
 - ☒ qarşıya qoyulan strateji məqsədlərə çatmağın bir neçə strateji alternativinin mümkünlüyü üzündən
 - ☐ qarşıya qoyulan strateji məqsədlərə çatmağın yalnız bir strateji variantının mümkünlüyü üzündən
 - ☐ qarşıya qoyulan strateji məqsədlərə nail olmaq strateji əhəmiyyət kəsb etmədiyindən
 - ☐ cavab variantlarından heç biri doğru deyil
-

Sual: “Strateji alternativlər”in izahı ilə bağlı verilən fikirlərdən hansı doğrudur? (Çəki: 1)

- ☒ qarşıya qoyulan strateji məqsədə doğru firmanın mümkün potensial hərəkət istiqamətlərini xarakterizə edir
 - ☐ qarşıya qoyulan illik məqsədə doğru təşkilatın potensial hərəkət istiqamətidir
 - ☐ qarşıya qoyulan strateji məqsədi əks etdirən fərqli müəyyənləşdiricilərdir
 - ☐ inkişaf strategiyasının reallaşdırılmasının nəticələrini qiymətləndirməyə imkan verən alternativ göstəricilərdir
 - ☐ qarşıya qoyulan strateji məqsədə nail olması zamanı firmanın istifadə etdiyi bütün fəaliyyətlərin məcmusudur
-

Sual: Strateji planlaşdırmanın üçüncü mərhələsi nəyi nəzərdə tutur? (Çəki: 1)

- ☒ firmanın qarşıya qoyduğu məqsədə aparan inkişaf alternativlərinin müəyyənləşdirilməsi, bunların qiymətləndirilməsi və ən əlverişli variantın seçilməsini
 - ☐ müxtəlif məhsul növləri arasından ən gəlirli məhsulun seçilməsini və istehsalını
 - ☐ müxtəlif bazarlar arasından firmanın mənfəətinin maksimumlaşdırılmasını təmin edən bazarın seçilməsini
 - ☐ daha məhsuldar və daha mütərəqqi texnologiyanın seçilməsini
 - ☐ diversifikasiyalı artım strategiyasının tətbiqini
-

Sual: Strateji alternativləri bir-birindən fərqləndirən nədir? (Çəki: 1)

- ☐ hər bir strateji alternativ firmaya fərqli imkanlar təqdim edir
 - ☐ hər bir strateji alternativ fərqli məsrəflərlə xarakterizə olunur
 - ☐ hər bir strateji alternativ fərqli fəaliyyətlərlə xarakterizə olunur
 - ☒ bunların hamısı doğrudur
 - ☐ bunların hamısı yanlışdır
-

Sual: Strateji alternativlərin işlənməsi prosesində nə qədər strateji alternativ işlənilməlidir? (Çəki: 1)

- ☐ alternativlərin sayı heç bir əhəmiyyət kəsb etmir
 - ☐ ən çoxu 2 variant
 - ☒ mümkün qədər çox sayda
 - ☐ daha real görünən bir variant
 - ☐ mövcud situasiyaya uyğun gələn ən azı 10 variant
-

Sual: Aşağıdakılardan hansı “strategiyalar portfeli”nin səviyyələrini əks etdirir? (Çəki: 1)

- ☐ Korporativ səviyyə
 - ☐ Ayrıca biznes səviyyəsi
 - ☐ Funksional səviyyə
 - ☒ bunların hamısı
 - ☐ bunların heç biri
-

Sual: Aşağıdakılardan hansıları "strategiyalar portfeli"nin formalaşmasına təsir göstərən amillər hesab olunur? (Çəki: 1)

- ☐ a) istehlakçılar, tədarükçülər, texnologiyalar
 - ☐ b) məhsulun əsas xüsusiyyətləri, firmanın strateji potensialı, dövlət tənzimlənməsinin məqsəd və üsulları
 - ☐ c) rəqabət, reallaşdırılan və ya arzu olunan rəqabət üstünlükləri, sahənin əsas xüsusiyyətləri
 - ☒ bunların hamısı
 - ☐ a və c variantları
-

Sual: Strategiyalar portfelinin formalaşmasına təsir göstərən amillərin təsirlərinin proqnozlaşdırılması və qiymətləndirilməsi zamanı aşağıdakı üsulların hansından istifadə edilmir? (Çəki: 1)

- ☐ Güclü və zəif siqnallar üsulu
 - ☐ Ekstrapolyasiya üsulu
 - ☐ Səbəb-nəticə əlaqələri üsulu
 - ☒ Funksional-dəyər təhlili üsulu
 - ☐ Subyektiv üsullar
-

Sual: Strategiyalar portfelinin effektivliyinin təhlili üsulları hansılardır? (Çəki: 1)

- ☐ a) strateji uyğunluq metodu
 - ☐ b) texniki-iqtisadi hesablamalar
 - ☐ c) funksional-dəyər təhlili
 - ☒ bunların hamısı
 - ☐ b və c variantları
-

Sual: Proqramın həyata keçirilməsinin son nəticəsi nədir? (Çəki: 1)

- ☐ məhsul istehsalının artmasıdır
 - ☐ mənfəətin artmasıdır
 - ☐ bazarın böyüməsidir
 - ☒ qarşıya qoyulan məqsədə nail olunmasıdır
 - ☐ firmanın inkişafıdır
-

Sual: Proqramın işlənilməsi zamanı öncədən müəyyən edilən amillər hansılardır? (Çəki: 1)

- ☐ icranın zaman müddəti
- ☐ icra üsulları
- ☐ istifadə ediləcək resursların kəmiyyət və keyfiyyəti
- ☐ qarşıda duran məqsəd
- ☒ bunların hamısı

Sual: "Monitoring" nə deməkdir? (Çəki: 1)

- ☒ izləmə
 - ☐ qiymətləndirmə
 - ☐ analiz
 - ☐ planlaşdırma
 - ☐ uçot
-

Sual: Monitoring zamanı cavabı axtarılan əsas sual hansıdır? (Çəki: 1)

- ☐ məqsəd nədir?
 - ☐ son nəticə nədir?
 - ☒ işlər necə gedir?
 - ☐ son nəticəyə necə nail olmaq mümkündür?
 - ☐ bunların hamısı
-

Bölmə: 1002

Ad	1002
Suallardan	11
Maksimal faiz	11
Sualları qarışdırmaq	☒
Suallar təqdim etmək	1 %

Sual: Strateji alternativlər nədir? (Çəki: 1)

- ☒ bu, firmanın (təşkilatın) strateji məqsədinə nail olmağa imkan verən müxtəlif strateji inkişaf variantlarının dəstidir
 - ☐ bu, firmanın (təşkilatın) strateji məqsədlərinə nail olmağa imkan verən inkişaf strategiyasıdır
 - ☐ bu, firmanın (təşkilatın) cari məqsədlərinin həllinə yönəldilmiş müxtəlif strateji inkişaf variantlarının dəstidir
 - ☐ bu, bir neçə firmanın (təşkilatın) eyni strateji məqsədlərə çatmaq üçün istifadə etdikləri müxtəlif strateji inkişaf variantlarının dəstidir
 - ☐ bu cavab variantlarının heç biri doğru deyil.
-

Sual: "Qruplaşdırma strukturu"nun yaradılması dedikdə nə başa düşülür? (Çəki: 1)

- ☐ hər bir strateji variantın mümkün strateji qərarların toplusu şəklində təqdim edilməsi
 - ☐ bütün strateji variantların strateji qərarlar toplusu şəklində təqdim edilməsi
 - ☒ hər bir strateji variantın mümkün strateji qərarların müvafiq kombinasiyaları ("strategiyalar portfeli") şəklində təqdim edilməsi
 - ☐ hər bir strateji variantın mümkün strateji nəticələr ("strategiyalar portfeli") şəklində təqdim edilməsi
 - ☐ bütün strateji qərarların mümkün strateji variantların qarşılıqlı kombinasiyaları ("strategiyalar portfeli") şəklində təqdim edilməsi
-

Sual: "Strategiyalar portfeli" nədir? (Çəki: 1)

- ☐ strategiyaların 3 (üç) səviyyədən ibarət üfiqi quruluşudur
 - ☐ strateji alternativlərin 3 (üç) səviyyədən ibarət spesifik ierarxik quruluşudur
 - ☐ strateji seçimin həyata keçirildiyi 3 (üç) səviyyədən ibarət spesifik ierarxiyadır
 - ☒ strategiyaların 3 (üç) səviyyədən ibarət spesifik ierarxik quruluşudur
 - ☐ strateji alternativlərin qarşılıqlı müqayisəsinin aparılması üçün 3 (üç) səviyyədən ibarət ümumi quruluşudur
-

Sual: Aşağıdakı fikirlərdən hansıları "cüclü və zəif siqnallar üsulu"nın mahiyyətini əks etdirir? (Çəki: 1)

- ☐ a)artıq dəqiq görünən və etibarlı faktiki məlumatlara əsaslanan problemlər - güclü siqnallarla müəyyənləşdirilən problemlər hesab olunur
 - ☐ b)barəsində heç bir məlumatın olmadığı problemlər - zəif siqnallarla müəyyənləşdirilən problemlər sayılır
 - ☐ c)barəsində məlumatın nisbətən tam və etibarlı olmadığı problemlər - zəif siqnallarla müəyyənləşdirilən problemlər sayılır
 - ☐ a və b variantları
 - ☒ a və c variantları
-

Sual: Strategiyalar portfelinin formalaşmasına təsir göstərən amillərin təsirlərinin proqnozlaşdırılmasında istifadə edilən subyektiv üsullar nəyə əsaslanır? (Çəki: 1)

- ☐ bu üsul hadisələr arasında səbəb-nəticə əlaqələrinin müəyyənləşdirilməsinə əsaslanır
 - ☒ bu üsul xüsusi qaydada layihələndirilmiş qiymətləndirmə alqoritminə uyğun olaraq ekspertlərin, menecerlərin və başqa şəxslərin subyektiv fikirlərinin öyrənilməsinə əsaslanır
 - ☐ bu üsul baş verən hadisələr barəsində ekspertlərin, menecerlərin və başqa şəxslərin subyektiv fikirlərinin öyrənilməsinə əsaslanır
 - ☐ bu üsul gələcəkdə baş verəcək bütün hadisələrin tamamilə ayrı-ayrı insanların subyektiv maraqları ilə əlaqələndirilməsinə əsaslanır
 - ☐ bu üsul belə bir fərziyyəyə əsaslanır ki, gələcəkdə baş verəcək hadisələr tamamilə keçmişdə baş vermiş hadisələrlə təyin edilir
-

Sual: Aşağıdakılardan hansı strateji alternativlərin formalaşmasına strateji yanaşma üsulu deyildir? (Çəki: 1)

- ☐ rəqabətli strateji yanaşma
 - ☐ ssenarilərin işlənilməsi
 - ☒ funksional-dəyər yanaşması
 - ☐ modelləşdirmə
 - ☐ "Beyin fırtınası" yanaşması
-

Sual: Aşağıdakılardan hansı strateji alternativlərin formalaşmasına strateji yanaşma üsuludur? (Çəki: 1)

- ☐ "Bazarın böyüməsi – firmanın rəqabət mövqeyi" yanaşması
- ☐ SWOT-analizin nəticələrinə əsaslanan yanaşma
- ☐ Portfel yanaşma

- ☐ Ambisiyalı (təkəbbürlü) yanaşma
- ☒ bunların hamısı

Sual: “Bazarın böyüməsi – firmanın rəqabət mövqeyi” strateji yanaşmasını kim təklif edib? (Çəki: 1)

- ☐ Endryu və Tompson
- ☐ Endryu və Porter
- ☐ Porter və Striklend
- ☒ Tompson və Striklend
- ☐ Tompson və Porter

Sual: Strateji alternativlərin işlənilməsi zamanı “Portfel strateji yanaşma” hansı firmaların istifadəsi üçün tövsiyə olunur? (Çəki: 1)

- ☐ yalnız bir məhsulun istehsalı ilə məşğul olan firmaların
- ☐ yalnız bir sahədə məşğul olan firmaların
- ☒ iki və daha çox fəaliyyət növü ilə məşğul firmaların
- ☐ bir neçə ölkədə istehsal sahələri və bölmələri olan firmaların
- ☐ cavab variantlarının hamısı doğrudur

Sual: Portfel strateji yanaşmanın tətbiqi zamanı aşağıdakı matrislərdən hansından istifadə edilə bilər? (Çəki: 1)

- ☐ Boston məsləhət qrupunun matrisi
- ☐ McKinsey və Artur D.Little məsləhət firmalarının matrisi
- ☐ Ansoff matrisi
- ☐ PIMS (Profit Impact of Market Strategies) layihəsi matrisi
- ☒ bunların hər hansı birindən

Sual: Proqramın icrasının qiymətləndirilməsi növləri hansılardır? (Çəki: 1)

- ☐ ilkin
- ☐ aralıq
- ☐ ümumiləşdirici
- ☒ bunların hamısı
- ☐ b və c bəndləri

BÖLMƏ: 1003

Ad	1003
Suallardan	10
Maksimal faiz	10
Sualları qarışdırmaq	☒
Suallar təqdim etmək	1 %

Sual: Tədrisi təkmilləşdirmə alternativləri nəyi nəzərdə tutur? (Çəki: 1)

- ☒ firmanın əvvəllər qəbul edilmiş və hazırda istifadə etdiyi strategiyalarının düzəlişlərlə davam etdirilməsini
 - ☐ firmanın, cari strategiyasından imtina edərək, fəaliyyət istiqamətini əhəmiyyətli dərəcədə dəyişməsi
 - ☐ firmanın strategiyasında radikal dəyişikliklərin edilməsini, yaradıcı xarakterli tamamilə yeni məhsulların istehsalını
 - ☐ biznesin aparılmasının mövcud üsullarında və bazarla bağlı başlıca düşüncələrdə ciddi dəyişikliklərin yaranmasını
 - ☐ rəqabət mübarizəsini aparmağın yeni üsullarının tətbiqini, düşüncə və təhlillərə yeni yanaşma tətbiq edilməsini
-

Sual: Yeniləşdirmə strateji alternativləri hansı dəyişikliklərə səbəb olur? (Çəki: 1)

- ☐ firmanın əvvəllər qəbul edilmiş və hazırda istifadə etdiyi strategiyalarının düzəlişlərlə davam etdirilməsinə
 - ☒ firmanın, cari strategiyasından imtina edərək, fəaliyyət istiqamətini əhəmiyyətli dərəcədə dəyişməsinə, biznesin aparılmasının mövcud üsullarında və bazarla bağlı başlıca düşüncələrdə ciddi dəyişikliklərə
 - ☐ firmanın strategiyasında radikal dəyişikliklərin edilməsinə, tamamilə yeni məhsulların istehsalının artırılmasına
 - ☐ rəqabət mübarizəsini aparmağın yeni üsullarının tətbiqinə, düşüncə və təhlillərə yeni yanaşma tətbiq edilməsinə
 - ☐ yuxarıdakı cavab variantlarının hamısı doğrudur
-

Sual: İnnovasiya alternativləri strateji fəaliyyətlərdə hansı dəyişiklikləri tələb edir? (Çəki: 1)

- ☐ hər zaman təşkilatın strategiyasında köklü dəyişikliklər edilməsini
 - ☐ yaradıcı xarakterli tamamilə yeni məhsulların istehsalını
 - ☐ rəqabət mübarizəsini aparmağın yeni üsullarının tətbiqini
 - ☐ düşüncə və təhlillərə yeni yanaşma tətbiq edilməsini
 - ☒ cavab variantlarının hamısı doğrudur
-

Sual: Ekstrapolyasiya üsulunun mahiyyəti nədən ibarətdir? (Çəki: 1)

- ☐ hadisə üzərində aparılan bütöv müşahidədən əldə edilmiş nəticələr hadisənin ayrı-ayrı hissələrinə eyniliklə şamil olunur
 - ☒ hadisənin yalnız bir hissəsi üzərində aparılan müşahidələrdən əldə edilmiş nəticələr hadisənin digər hissələrinə yaxud bütöv hadisəyə şamil olunur
 - ☐ bir hadisənin üzərində aparılan müşahidələrdən əldə edilmiş nəticələr başqa hadisələrə də eynən şamil olunur
 - ☐ bir hadisənin müəyyən hissəsi üzərində aparılan müşahidələrdən əldə edilmiş nəticələr digər hadisələrin oxşar hissələrinə də şamil olunur
 - ☐ gələcəkdə baş verəcək hadisələrin keçmişdə baş vermiş hadisələrlə heç bir bağlılığı ola bilməz
-

Sual: Rəqabətli strateji yanaşma nəyə əsaslanır? (Çəki: 1)

- ☒ “nəyi və kimə satmalı?” və “harada və necə rəqabət aparmalı?” kimi sualların çoxmənalı və çoxvariantlı cavablarına
- ☐ fərqli xarici mühit şərtlərinə malik gələcək vəziyyətin fərqli ssenarilərinin qurulmasına

- ☐ ilkin (başlanğıc) dəyişənlərin müxtəlif qiymətləri əsasında çoxlu variantları sınaqdan keçirilməsinə
 - ☐ iştirakçıların “kollektiv intellekti” nəticəsində meydana çıxan intellektual sistemin onu əmələ gətirən ayrı-ayrı intellektual elementlərin cəmindən daha yüksək və son dərəcə güclü ola biləcəyinə
 - ☐ məhsul bazarının böyüməsi dinamikası və firmanın rəqabət mövqeyi kimi 2 başlıca meyardan asılı olaraq qurulan matris əsasında strateji alternativlərin seçilməsinə
-

Sual: Modelləşdirmə strateji yanaşması nəyə əsaslanır? (Çəki: 1)

- ☐ “nəyi və kimə satmalı?” və “harada və necə rəqabət aparmalı?” kimi sualların çoxmənalı və çoxvariantlı cavablarına
 - ☐ fərqli xarici mühit şərtlərinə malik gələcək vəziyyətin fərqli ssenarilərinin qurulmasına
 - ☒ ilkin (başlanğıc) dəyişənlərin müxtəlif qiymətləri əsasında çoxlu variantları sınaqdan keçirilməsinə
 - ☐ iştirakçıların “kollektiv intellekti” nəticəsində meydana çıxan intellektual sistemin onu əmələ gətirən ayrı-ayrı intellektual elementlərin cəmindən daha yüksək və son dərəcə güclü ola biləcəyinə
 - ☐ məhsul bazarının böyüməsi dinamikası və firmanın rəqabət mövqeyi kimi 2 başlıca meyardan asılı olaraq qurulan matris əsasında strateji alternativlərin seçilməsinə
-

Sual: “Beyin fırtınası” strateji yanaşması nəyə əsaslanır? (Çəki: 1)

- ☐ “nəyi və kimə satmalı?” və “harada və necə rəqabət aparmalı?” kimi sualların çoxmənalı və çoxvariantlı cavablarına
 - ☐ fərqli xarici mühit şərtlərinə malik gələcək vəziyyətin fərqli ssenarilərinin qurulmasına
 - ☐ ilkin (başlanğıc) dəyişənlərin müxtəlif qiymətləri əsasında çoxlu variantları sınaqdan keçirilməsinə
 - ☒ iştirakçıların “kollektiv intellekti” nəticəsində meydana çıxan intellektual sistemin onu əmələ gətirən ayrı-ayrı intellektual elementlərin cəmindən daha yüksək və son dərəcə güclü ola biləcəyinə
 - ☐ məhsul bazarının böyüməsi dinamikası və firmanın rəqabət mövqeyi kimi 2 başlıca meyardan asılı olaraq qurulan matris əsasında strateji alternativlərin seçilməsinə
-

Sual: “Bazarın böyüməsi – firmanın rəqabət mövqeyi” strateji yanaşması nəyə əsaslanır? (Çəki: 1)

- ☐ “nəyi və kimə satmalı?” və “harada və necə rəqabət aparmalı?” kimi sualların çoxmənalı və çoxvariantlı cavablarına
 - ☐ fərqli xarici mühit şərtlərinə malik gələcək vəziyyətin fərqli ssenarilərinin qurulmasına
 - ☐ ilkin (başlanğıc) dəyişənlərin müxtəlif qiymətləri əsasında çoxlu variantları sınaqdan keçirilməsinə
 - ☐ iştirakçıların “kollektiv intellekti” nəticəsində meydana çıxan intellektual sistemin onu əmələ gətirən ayrı-ayrı intellektual elementlərin cəmindən daha yüksək və son dərəcə güclü ola biləcəyinə
 - ☒ məhsul bazarının böyüməsi dinamikası və firmanın rəqabət mövqeyi kimi 2 başlıca meyardan asılı olaraq qurulan matris əsasında strateji alternativlərin seçilməsinə
-

Sual: SWOT-analizin nəticələrinə əsaslanan strateji yanaşma nəyə əsaslanır? (Çəki: 1)

- ☐ “nəyi və kimə satmalı?” və “harada və necə rəqabət aparmalı?” kimi sualların çoxmənalı və çoxvariantlı cavablarına

- ☐ fərqli xarici mühit şərtlərinə malik gələcək vəziyyətin fərqli ssenarilərinin qurulmasına
- ☐ ilkin (başlanğıc) dəyişənlərin müxtəlif qiymətləri əsasında çoxlu variantları sınaqdan keçirilməsinə
- ☐ iştirakçıların "kollektiv intellekti" nəticəsində meydana çıxan intellektual sistemin onu əmələ gətirən ayrı-ayrı intellektual elementlərin cəmindən daha yüksək və son dərəcə güclü ola biləcəyinə
- ☒ cavab variantlarının heç biri doğru deyil

Sual: Ambisiyalı (təkəbbürlü) strateji yanaşma hansı tezislərə əsaslanır? (Çəki: 1)

- ☐ a) bazar da rəqabət aparan ayrı-ayrı məhsullar deyil, onların istehsalçıları olan firmalardır
- ☐ b) iştirakçıların "kollektiv intellekti" nəticəsində meydana çıxan intellektual sistem onu əmələ gətirən ayrı-ayrı intellektual elementlərin cəmindən daha yüksək və son dərəcə güclü ola bilər
- ☐ c) dayanıqlı firmanın bir strateji biznes sahəsindəki uğursuzluqları başqa sahədəki uğurları ilə kompensasiya olunur və faciəvi hallara gətirib çıxarmır
- ☒ a və c variantları
- ☐ a və b variantları

Bölmə: 1101

Ad	1101
Suallardan	11
Maksimal faiz	11
Sualları qarışdırmaq	☒
Suallar təqdim etmək	2 %

Sual: Firmanın gələcək uğuru səmərəli inkişaf strategiyasının işlənilməsi ilə yanaşı, həm də bu strategiyanın... – fikri aşağıdakı ifadələrdən hansı ilə tamamlamaq olar? (Çəki: 1)

- ☐ düzgün formallaşdırılmasından asılıdır
- ☐ düzgün təqdim edilməsindən asılıdır
- ☒ səmərəli həyata keçirilməsindən asılıdır
- ☐ necə cəmiyyətə çatdırılmasından asılıdır
- ☐ heyətə necə izah edilməsindən asılıdır

Sual: Strategiyanın həyata keçirilməsi mərhələsi bir-biri ilə vəhdətdə olan neçə tərkib hissəsindən ibarətdir? (Çəki: 1)

- ☒ 2
- ☐ 3
- ☐ 4
- ☐ 5
- ☐ 6

Sual: Firmada (təşkilatda) strateji dəyişikliklərin edilməsi nəyi nəzərdə tutur? (Çəki: 1)

- ☐ strategiyanın reallaşdırılmasının müəssisənin xarici mühitinə təsirinin aşkarlanması və mühitin bu təsirlərə uyğunlaşdırılması
 - ☒ strategiyanın reallaşdırılmasının müəssisəyə və onun elementlərinə təsirinin aşkarlanması və sistemin bu təsirlərə uyğunlaşdırılması
 - ☐ strategiyanın reallaşdırılmasının rəqib firmalara təsirinin aşkarlanması
 - ☐ strategiyanın reallaşdırılmasının bazara və onun elementlərinə təsirinin aşkarlanması və bazarın bu təsirlərə uyğunlaşdırılması
 - ☐ idarəetmənin əsas funksiyalarının yerinə yetirilməsi
-

Sual: Aşağıdakılardan hansı strategiyanın reallaşdırılmasının idarə edilməsinin elementi hesab edilir? (Çəki: 1)

- ☐ strategiyanın icrasının planlaşdırılması
 - ☐ strategiyanın icrasının resurslarla təminatının təşkili
 - ☐ heyətin motivasiyası
 - ☐ strateji nəzarət
 - ☒ bunların hamısı
-

Sual: Firmada strategiyanın həyata keçirilməsinin səmərəliliyinin qiymətləndirilməsi neçə səviyyə üzrə aparıla bilər? (Çəki: 1)

- ☐ 1
 - ☐ 2
 - ☒ 3
 - ☐ 4
 - ☐ 5
-

Sual: Firmada strateji dəyişikliklərin aparılması zəruriliyini şərtləndirən amillər hansılardır? (Çəki: 1)

- ☐ a) firmanın bir strateji vəziyyətdən başqa strateji vəziyyətlə keçidi
 - ☐ b) firmanın xarici mühit dəyişikliklərinə uyğunlaşmasının fasiləsiz xarakter daşması
 - ☐ c) firmanın strateji proqramının icrası nəticələrinə nəzarət və nəticələrin qiymətləndirilməsi
 - ☐ bunların hamısı
 - ☒ a və b variantları
-

Sual: Firmada (təşkilatda) strateji dəyişikliklərin əsas sahələri hansılardır? (Çəki: 1)

- ☐ a) təşkilatın strukturu
 - ☐ b) idarəetmə üslubu
 - ☐ c) heyət və təşkilati mədəniyyət
 - ☒ bunların hamısı
 - ☐ a və c variantları
-

Sual: Təşkilatın uğurlu fəaliyyəti üçün strateji idarəetmənin elementlərinin nə cür tətbiqi zəruridir? (Çəki: 1)

- ☐ xüsusi
- ☐ ayrı-ayrı
- ☒ kompleks

- ☐ ümumi
- ☐ fraqmentar

Sual: Təşkilatın səmərəli strukturunun əlamətləri hansılardır? (Çəki: 1)

- ☐ a)struktur təşkilatın strategiyasına uyğundur
- ☐ b)struktur firmanın fəaliyyət mühitinə uyğundur
- ☐ c)təşkilati strukturun elementləri arasında ziddiyyətlər yoxdur
- ☒ bunların hamısı
- ☐ a və b variantları

Sual: Aşağıdakı xüsusiyyətlərdən hansıları müasir idarəetmə strukturlarına xasdır? (Çəki: 1)

- ☐ a)idarəetmə səviyyələrinin çox olmayan sayı
- ☐ b)istehlakçıların ehtiyaclarına yönləndirilmiş istehsal proqramlarının və qrafiklərin tərtib edilməsi
- ☐ c)daxili və xarici mühitdə baş verən dəyişikliklərə gecikdirilmədən (vaxtında) reaksiyanın verilməsi
- ☒ bunların hamısı
- ☐ b və c variantları

Sual: Strateji nəzarətin qeyd edilən xüsusiyyətlərindən hansı doğru deyil? (Çəki: 1)

- ☐ vaxtlı-vaxtında olması
- ☐ nəticəyə yönəlik olması
- ☒ mürəkkəbliyi
- ☐ qənaətli olması
- ☐ təşkilatın missiyasına və strategiyasına uyğun olması

BÖLMƏ: 1102

Ad	1102
Suallardan	10
Maksimal faiz	10
Sualları qarışdırmaq	☒
Suallar təqdim etmək	1 %

Sual: Strategiyanın həyata keçirilməsi mərhələsi hansı tərkib hissələrindən ibarətdir? (Çəki: 1)

- ☐ a)firmada (təşkilatda) strateji dəyişikliklərin edilməsi
- ☐ b)strategiyanın reallaşdırılmasının idarə edilməsi
- ☐ c)strategiyanın bölmələr arasında bölünməsi
- ☒ a və b variantları
- ☐ b və c variantları

Sual: Strategiyanın reallaşdırılması zamanı "heyətin idarə edilməsi sisteminin təkmilləşdirilməsi" vəzifəsinə nə aid edilir? (Çəki: 1)

- ☐ başlıca mövqelərə (vəzifələrə) kadrların seçilməsi
 - ☐ maddi və mənəvi mükafatlandırma sisteminin işlənməsi
 - ☐ strategiyanın reallaşdırılması naminə yeni motivasiya mexanizmlərinin tətbiq edilməsi
 - ☐ komandanın yaradılması
 - ☒ bunların hamısı
-

Sual: Firmanın strategiyanın həyata keçirilməsinin zəruri şərtləri hansılardır? (Çəki: 1)

- ☐ a)Strategiya bütün zəruri resurslarla, xüsusilə maliyyə vəsaitləri ilə təmin edilməlidir
 - ☐ b)Strategiya dəqiq strateji göstərişlər sistemi şəklində firmanın bütün səviyyələrdən olan menecerlərinə çatdırılmalıdır
 - ☐ c)Korporativ strategiyanın bütün əsas məqamları, bütün cari strateji göstərişlər təşkilatın bütün heyətinin diqqətinə çatdırılmalıdır
 - ☒ bunların hamısı
 - ☐ a və c variantları
-

Sual: Aşağıdakılardan hansı biri strategiyanın uğurla həyata keçirilməsinin çox əhəmiyyətli və son dərəcə vacib şərti hesab olunur? (Çəki: 1)

- ☐ Strategiyanın həyata keçirilməsinə firmanın yuxarı idarəetmə heyətinin yüksək səviyyədə motivasiyası
 - ☒ Strategiyanın həyata keçirilməsinə firmanın bütün heyətinin kifayət qədər motivasiyası
 - ☐ Strategiyanın həyata keçirilməsinə firmanın bölmələr səviyyəsində menecerlər heyətinin motivasiyası
 - ☐ Strategiyanın həyata keçirilməsinə firmanın sahibkarlarının kifayət qədər motivasiyası
 - ☐ Strategiyanın həyata keçirilməsi üçün firmanın rəqiblər arasından özünə tərəfdaşlar müəyyənləşdirməsi
-

Sual: Firmada strategiyanın həyata keçirilməsinin səmərəliliyinin qiymətləndirilməsi hansı səviyyələr üzrə aparıla bilər? (Çəki: 1)

- ☐ a)ayrı-ayrı strateji proqramların reallaşdırılmasının səmərəliliyi
 - ☐ b)qarşıya qoyulmuş strateji məqsədlərə nail olunma dərəcəsi
 - ☐ c)qarşıya qoyulmuş strateji məqsədlərin payçıların maraqlarına uyğunluq dərəcəsi
 - ☒ bunların hamısı
 - ☐ b və c variantları
-

Sual: Firmada strateji idarəetmə elementlərinin kompleks tətbiqi üçün nə tələb olunur? (Çəki: 1)

- ☐ strateji idarəetmənin qeyri-formal sisteminin yaradılması
 - ☒ strateji idarəetmənin rəsmiləşdirilmiş sisteminin yaradılması
 - ☐ strateji idarəetmənin qaydalar sisteminin yaradılması
 - ☐ strateji idarəetmənin nəzəri əsaslarının yaradılması
 - ☐ strateji idarəetmənin fərdiləşdirilmiş sisteminin yaradılması
-

Sual: İstehsalın idarə edilməsinin səmərəli təşkilati strukturlarının yaradılması prinsiplərindən hansı biri düzgün verilməyib? (Çəki: 1)

- ☐ struktur bölmələrinin funksiyaların yerinə yetirilməsinə yox, məhsula, bazara yaxud istehlakçıya yönləndirilməsi
- ☐ təşkilati strukturun əsasını funksiyalar və şöbələr yox, mütəxəssislərin məqsədli qrupları (komandalar) təşkil edir
- ☐ idarəetmə səviyyələrinin sayının minimuma və geniş nəzarət sferasına yönləndirilməsi
- ☒ idarəetmə səviyyələrinin sayının maksimuma və dar nəzarət sferasına yönləndirilməsi
- ☐ hər bir işçinin son nəticələrə görə cavabdehliyi və təşəbbüskarlıq imkanları

Sual: Aşağıdakı xüsusiyyətlərdən hansıları müasir idarəetmə strukturlarına xas deyil? (Çəki: 1)

- ☐ a)peşəkarlıq səviyyəsi aşağı olan, sayca çox işçilərə malik böyük bölmələrin mövcudluğu
- ☐ b)idarəetmə səviyyələrinin sayının çox olması
- ☐ c)firmanın anbarlarında böyük həcmə ehtiyatların mövcudluğu
- ☒ bunların heç biri
- ☐ a və c variantları

Sual: Müasir dövrdə idarəetmənin təşkilati strukturlarının modifikasiyası prosesi əsasən hansı istiqamətlərdə gedir? (Çəki: 1)

- ☐ a)istehsal və satış əməliyyatlarının əksmərkəzləşməsi
- ☐ b)yeniliklərin tətbiqi ekspansiyası, yeni bazarların axtarılması və əməliyyatların diversifikasiyası (şaxələnməsi)
- ☐ c)əksbürokratizasiya, heyətin yaradıcı və istehsal faydalı iş əməlinin daima yüksəldilməsi
- ☒ bunların hamısı
- ☐ a və b variantları

Sual: Aşağıdakılardan hansıları strateji proqrama aid edilir? (Çəki: 1)

- ☐ strategiyanın reallaşdırılması planı
- ☐ strategiyanın reallaşdırılması qrafiki
- ☐ strategiyanın resurs təminatı
- ☒ bunların hamısı
- ☐ bunların heç biri

BÖLMƏ: 1103

Ad	1103
Suallardan	9
Maksimal faiz	9
Sualları qarışdırmaq	☒
Suallar təqdim etmək	1 %

Sual: Aşağıdakılardan hansını strategiyanın həyata keçirilməsi üzrə idarəetmə vəzifələrinə aid etmək olmaz? (Çəki: 1)

- ☐ strategiyani həyata keçirməyə qadir təşkilati strukturun qurulması
 - ☐ strategiyanın həyata keçirilməsini təmin edən büdcənin işlənməsi
 - ☐ təşkilatın informasiya sistemində zəruri dəyişikliklərin aparılması, strateji informasiyanın toplanması və təhlili sisteminin qurulması
 - ☒ yeni strategiya qəbul ediləndə firmada olan təşkilati mədəniyyətin və idarəetmə üslubunun qorunub saxlanılmasına (dəyişilməməsinə) nail olmaq
 - ☐ strateji məqsədlərə nail olmaq üçün əldə edilən informasiya əsasında fəaliyyətin davamlı təkmilləşdirilməsi sisteminin yaradılması
-

Sual: Aşağıdakılardan hansını strategiyanın həyata keçirilməsi üzrə idarəetmə vəzifələrinə aid etmək olar? (Çəki: 1)

- ☐ yeni strategiya qəbul ediləndə firmada olan təşkilati mədəniyyətin və idarəetmə üslubunun qorunub saxlanılmasına (dəyişilməməsinə) nail olmaq
 - ☒ qəbul edilmiş strategiyaya uyğun yeni təşkilati mədəniyyətin və strateji idarəetmə üslubunun formalaşdırılması
 - ☐ mövcud təşkilati idarəetmə strukturlarının sayının artırılması
 - ☐ firmanın uzunmüddətli perspektiv planlaşdırma sistemindən imtina etməsi
 - ☐ ölkənin informasiya sistemində zəruri dəyişikliklərin aparılması
-

Sual: Firmada yeni təşkilati mədəniyyətin və strateji idarəetmə üslubunun formalaşdırılması dedikdə nə başa düşülür? (Çəki: 1)

- ☐ a) təşkilatın ümumi məqsəd və dəyərlərinin müəyyən edilməsi
 - ☐ b) firmanın etik davranış standartlarının müəyyən edilməsi
 - ☐ c) strategiyanın, təşkilati innovasiyaların və yeni imkanların dəstəklənməsi mühitinin yaradılması
 - ☒ bunların hamısı
 - ☐ b və c variantları
-

Sual: Strateji proqramın reallaşdırılmasının səmərəliliyi müəyyən edilərkən aşağıdakıların hansından istifadə edilmir? (Çəki: 1)

- ☐ Proqramın reallaşdırılması dəyərinin onun ilkin büdcəsi ilə müqayisəsi (nisbəti)
 - ☒ Proqramın reallaşdırılmasından əvvəl və sonra məhsulun bazar qiymətlərinin müqayisəsi (nisbəti)
 - ☐ Proqramın reallaşdırılması müddətlərinin onun "ilkin hesablamaları" ilə müqayisəsi (nisbəti)
 - ☐ Proqramın icrasından əldə edilən nəticənin gözlənilən (planlaşdırılan) nəticə ilə müqayisəsi
 - ☐ Konkret strateji proqramın reallaşdırılması zamanı yaranan əlavə (gözlənilməz) nəticələrin (effektlərin) həcmi
-

Sual: Aşağıdakılardan hansı istehsalın idarə edilməsinin səmərəli təşkilati strukturlarının yaradılması prinsiplərinə aid deyil? (Çəki: 1)

- ☐ struktur bölmələrinin funksiyaların yerinə yetirilməsinə yox, məhsula, bazara yaxud

istehlakçıya yönləndirilməsi

- ☐ təşkilati strukturun əsasını funksiyalar və şöbələr yox, mütəxəssislərin məqsədli qrupları (komandalar) təşkil edir
 - ☒ firmada olan təşkilati idarəetmə strukturlarının sayının rəqiblərin uyğun strukturlarının sayından çox olmaması
 - ☐ idarəetmə səviyyələrinin sayının minimuma və geniş nəzarət sferasına yönləndirilməsi
 - ☐ hər bir işçinin son nəticələrə görə cavabdehliyi və təşəbbüskarlıq imkanları
-

Sual: Müasir dövrdə idarəetmənin təşkilati strukturlarının modifikasiyası prosesinin aşağıda göstərilən istiqamətlərindən hansı doğru deyil? (Çəki: 1)

- ☐ a) istehsal və satış əməliyyatlarının mərkəzləşməsi
 - ☐ b) innovasiya ekspansiyası, yeni bazarların axtarılması və əməliyyatların diversifikasiyası
 - ☐ c) bürokratikləşdirmə, heyətin yaradıcılıq qabiliyyətinə diqqət verilməməsi
 - ☐ bunların heç biri
 - ☒ a və c variantları
-

Sual: Strateji idarəetmədə həyata keçirilən sonuncu proses məntiqi olaraq hansı hesab olunur? (Çəki: 1)

- ☐ Strategi planın icrası
 - ☐ Strategiyanın yerinə yetirilməsində iştirak edənlərin mükafatlandırılması
 - ☒ Strategiyanın yerinə yetirilməsinə nəzarət və qiymətləndirmə
 - ☐ Strategiyanın yerinə yetirilməsi nəticələrinin elan edilməsi
 - ☐ Strategiyanın yerinə yetirilməsi nəticələri barədə hesabatın hazırlanması
-

Sual: Aşağıdakılardan hansı biri strateji nəzarətə aid deyil? (Çəki: 1)

- ☐ strategiyanın reallaşdırılması haqqında informasiyanın toplanması və emalı
 - ☐ strategiyanın yerinə yetirilməsi zamanı yol verilən kənarlaşmaların aşkara çıxarılması
 - ☐ yol verilən kənarlaşmaların səbəblərinin müəyyən edilməsi və qiymətləndirilməsi
 - ☒ yol verilən kənarlaşmalara məsul şəxslərin müvafiq qaydada strategiyadan uzaqlaşdırılması
 - ☐ strateji fəaliyyətlərdə korrekte (düzəliş) edici qərarların qəbulu
-

Sual: Aşağıdakılardan hansı biri təşkilatın səmərəli strukturunun əlaməti hesab olunur? (Çəki: 1)

- ☐ struktur təşkilatın vəziyyətinə uyğundur
 - ☐ seçilən vasitələr firmanın fəaliyyət mühitinə uyğundur
 - ☐ təşkilati strukturun elementləri arasında ziddiyyətlər qaçılmazdır
 - ☒ struktur firmanın fəaliyyət mühitinə uyğundur
 - ☐ səmərəli strategiyayı səmərəli komanda həyata keçirir
-

BÖLMƏ: 1201

Maksimal faiz	5
Sualları qarışdırmaq	☒
Suallar təqdim etmək	2 %

Sual: Biznesin sosial məsuliyyəti 2 qrupa ayrılır: (Çəki: 1)

- ☐ yerli və regional;
- ☒ şirkətdaxili və şirkətdənkənar;
- ☐ milli və beynəlxalq;
- ☐ sosial və korporativ;
- ☐ ümumi və xüsusi.

Sual: Biznesin sosial məsuliyyəti: (Çəki: 1)

- ☐ yerli təşəbbüsdür;
- ☐ milli təşəbbüsdür;
- ☐ regional təşəbbüsdür;
- ☒ qlobal təşəbbüsdür;
- ☐ geosiyasi təşəbbüsdür.

Sual: Qlobal Saziş neçə prinsipdən ibarətdir? (Çəki: 1)

- ☐ 3
- ☐ 5
- ☐ 8
- ☒ 10
- ☐ 12

Sual: Qlobal Sazişin fəaliyyət sferasına aşağıdakılardan hansı cəlb edilir? (Çəki: 1)

- ☐ ölkə hökumətləri;
- ☐ şirkətlər;
- ☐ əmək kollektivləri;
- ☐ vətəndaş cəmiyyəti institutları;
- ☒ fərdi şəxslər.

Sual: Korporativ sosial məsuliyyət haqqında aşağıdakı fikirlərdən hansı doğrudur? (Çəki: 1)

- ☐ a)bu cavabdehlik müəyyən edilmiş icbari qaydadır
- ☐ b)bu cavabdehlik müəyyən edilmiş icbari qayda deyil
- ☐ c)biznes qərarlarının qəbulu prosesində hərəkətə gəlməli olan etik prinsipdir
- ☐ a və c variantları
- ☒ b və c variantları

BÖLMƏ: 1202

Ad	1202
Suallardan	5

Maksimal faiz	5
Sualları qarışdırmaq	☒
Suallar təqdim etmək	1 %

Sual: Aşağıdakılardan biri biznesin şirkətdaxili sosial məsuliyyətinə aid deyil: (Çəki: 1)

- ☐ əməyin təhlükəsizliyi və əmək haqqının sosial əhəmiyyətli səviyyədə saxlanması;
- ☐ əməkdaşların (işçilərin) əlavə tibbi və sosial sığortası;
- ☐ insan resurslarının inkişafı (təhsil proqramları, yenidən hazırlanma və ixtisasın artırılması proqramları vasitəsi ilə);
- ☐ kritik situasiyalarda işçilərə yardım göstərilməsi.
- ☒ sponsorluq və korporativ xeyriyyəçilik.

Sual: Aşağıdakılardan biri biznesin şirkətdənkənar sosial məsuliyyətinə aid deyil: (Çəki: 1)

- ☐ ətraf mühitin mühafizəsinə yardım;
- ☐ yerli icmalarla və yerli hakimiyyətlə qarşılıqlı əməkdaşlıq;
- ☒ əmək haqqının sabitliyi;
- ☐ kritik situasiyalarda iştiraka hazırlıq;
- ☐ mal və xidmətlərin istehlakçıları qarşısında məsuliyyət (keyfiyyətli malların buraxılması).

Sual: Qlobal Saziş hansı beynəlxalq qurumun təşəbbüsüdür? (Çəki: 1)

- ☒ Birləşmiş Millətlər Təşkilatının;
- ☐ Beynəlxalq Valyuta Fondunun;
- ☐ Dünya Bankının;
- ☐ Avropa Birliyinin;
- ☐ Beynəlxalq Əmək Təşkilatının.

Sual: Qlobal sazişin neçə prinsipi korrupsiyaya qarşı mübarizə sahəsinə aiddir? (Çəki: 1)

- ☐ belə prinsip yoxdur;
- ☒ 1
- ☐ 2
- ☐ 3
- ☐ 4

Sual: Aşağıdakı beynəlxalq təşkilatlardan hansının korporativ sosial məsuliyyətlə bağlı fəaliyyəti və ya tövsiyəsi yoxdur? (Çəki: 1)

- ☐ Birləşmiş Millətlər Təşkilatı
- ☐ Beynəlxalq Əmək Təşkilatı
- ☐ İqtisadi Əməkdaşlıq və İnkişaf Təşkilatı
- ☒ Avropa Təhlükəsizlik və Əməkdaşlıq Təşkilatı
- ☐ Avropa Komissiyası

Bölmə: 1203

Ad	1203
Suallardan	5
Maksimal faiz	5
Sualları qarışdırmaq	☒
Suallar təqdim etmək	1 %

Sual: Biznesin sosial məsuliyyəti barədə aşağıdakı fikirlərdən hansı yanlıştır? (Çəki: 1)

- ☐ biznesin sosial məsuliyyəti dedikdə sosial, iqtisadi və ekoloji sferalarda cəmiyyətin inkişafına biznesin - şirkətin əsas fəaliyyəti ilə birbaşa bağlı olan və qanunla müəyyən edilən minimum çərçivələrdən kənara çıxan - könüllü töhfəsi başa düşülür;
- ☐ biznesin sosial məsuliyyəti - ayrı-ayrı sosial qrupların və bütövlükdə cəmiyyətin həyat (yaşayış) şəraitinin keyfiyyətinə təsir göstərən, lakin qanunvericilikdə yaygın şəkildə təyin edilmiş yaxud müəyyən edilməmiş norma və qaydalara əməl etməklə bağlı biznes subyektlərinin cavabdehliyidir;
- ☐ biznesin sosial məsuliyyəti - biznes-qərarları qəbul edənlərin həmin qərarların birbaşa və ya dolayısı təsirlərinə məruz qalanlar qarşısında cavabdehliyidir;
- ☒ bu, sadəcə biznes qərarlarının qəbulu prosesində hərəkətə gəlməli olan etik prinsip deyil, qanunla müəyyən edilmiş icbari cavabdehlikdir;
- ☐ Bu zaman biznes özünü “korporativ vətəndaş” kimi aparır və fəaliyyətini həyata keçirdiyi cəmiyyətin mühüm problemlərinə nəinki laqeyd qalmır, əksinə onların həllində maraqlı olur.

Sual: Qlobal Sazişin hansı prinsipləri əmək münasibətləri sahəsinə aiddir? (Çəki: 1)

- ☐ 1 və 2-ci;
- ☐ 1, 2, 3 və 4-cü;
- ☒ 3, 4, 5 və 6-cı;
- ☐ 7, 8 və 9-cu;
- ☐ 5, 6, 7, 8 və 9-cu.

Sual: Qlobal Sazişin hansı prinsipləri ətraf mühitin mühafizəsi sahəsinə aiddir? (Çəki: 1)

- ☐ 1, 2 və 3-cü;
- ☐ 2, 3, 4 və 5-ci;
- ☐ 3, 4, 5 və 6-cı;
- ☒ 7, 8 və 9-cu;
- ☐ 7, 8, 9 və 10-cu.

Sual: Qlobal Sazişin hansı prinsipləri insan haqqları sahəsinə aiddir? (Çəki: 1)

- ☒ 1 və 2-ci;
- ☐ 1, 2, 3 və 4-cü;
- ☐ 3, 4, 5 və 6-cı;
- ☐ 7, 8 və 9-cu;
- ☐ 6, 7, 8 və 9-cu.

Sual: Sosial sərmayə dedikdə: (Çəki: 1)

- ☒ cəmiyyətin və ya ətraf icmaların sosial fayda əldə etməsi məqsədilə şirkətlər tərəfindən pul və digər resursların sosial məqsədli layihələrə yönəldilməsi başa düşülür
 - ☐ gəlir əldə etmək üçün şirkətlərin icma ərazisində istehsal sahələrini inkişaf etdirməsi başa düşülür
 - ☐ insanların iş yerləri ilə təmin edilməsi üçün şirkətlərin yeni iş yerləri açmaları başa düşülür
 - ☐ sosial fayda göstərmək üçün şirkətlərin dövlətlə razılaşdıraraq zəif inkişaf etmiş ərazilərdə istehsalını genişləndirməsi başa düşülür
 - ☐ qeyd edilənlərin heç biri "sosial sərmayə"nin mahiyyətinə uyğun deyil
-

