

2526_Az_Əyanii_Yekun imtahan testinin sualları

Fənn : 2526 Firmanın inkişaf strategiyası

1 15. Aşağıdakılardan hansı müəssisənin strateji inkişafının məqsədləri sırasına daxil edilə bilməz?

- xərclərin minimumlaşdırılması
- mənfəətin firmanın təsisçiləri arasında bölgüsü mexanizminin dəyişilməsi
- yeni məhsul bazarlarına çıxmaq
- sahədə texnoloji liderliyə nail olmaq
- bazar mövqeyinin gücləndirilməsi

2 14. Aşağıdakılardan hansı təsərrüfat cəmiyyətinin forması deyil?

- açıq tipli səhmdar cəmiyyəti
- məhdud məsuliyyətli müəssisə
- tam ortaqlıq
- əlavə məsuliyyətli müəssisə
- qapalı tipli səhmdar cəmiyyəti

3 13. Aşağıdakılardan hansı sahibkarın təsisçilik və ya əmlak məsuliyyətinin forması deyildir?

- məhdud məsuliyyət
- hüquqi məsuliyyət
- əlavə məsuliyyət
- subsidiar məsuliyyət
- tam məsuliyyət

4 12. Aşağıdakı fikirlərdən hansı yanlıştır?

- Bir fiziki şəxs bir neçə tam məsuliyyətli müəssisənin təsisçisi ola bilər
- 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 götürülməsi olan fəaliyyətdir
- Hüquqi şəxslər bir fiziki və ya hüquqi şəxs tərəfindən, yaxud fiziki və hüquqi şəxslərin toplusu tərəfindən yaradıla bilər, üzvlüyə əsaslanma bilər

5 11. “Firmanın inkişaf strategiyası” kursu aşağıdakı kurslardan hansı ilə əlaqəlidir?

- strateji menecment
- bunların hamısı
- firmanın iqtisadiyyatı
- sahə iqtisadiyyatı
- mikroiqtisadiyyat

6 10. Aşağıdakılardan hansı firma üçün xüsusi önəm daşıyır?

- nəticəlilik
- məhsuldarlıq
- işsizlik
- mənfəətlilik
- səmərəlilik

7 9. Təşkilat nədir?

- müəyyən mülkiyyətə və hüquqi şəxs statusuna malik, məqsədi mənfəət əldə etmək olan və məhsulun istehsalını və satışını həyata keçirən təşkilati-təsərrüfat vahididir;

- müəyyən edilmiş çərçivələr daxilində özünəməxsus əsaslarda fəaliyyət göstərən, müəyyən məqsədlərə nail olunmasını həyata keçirən və məqsədyönlü şəkildə əlaqələndirilən sosial qurumdur;
- istehsal və xidmət proseslərinin həyata keçirildiyi, mal və xidmətləri satmaqla gəlir əldə edən təsərrüfatçılıq subyektidir.
- mənfəət əldə edilməsi məqsədilə ictimai tələbat duyulan mal və xidmətlər istehsalı və satışı üçün təşkil edilmiş istehsal amillərinin məqsədyönlü və davamlı kombinasiyasıdır;
- 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;

8 8. Aşağıdakılardan hansı firmanın fəaliyyətinin səmərəlilik göstəricisi deyil?

- material tutumu
- material məsrəfi norması
- əmək məhsuldarlığı
- fondverimi
- dövriyyə vəsaitinin dövr etmə sürəti

9 7. Aşağıdakılardan hansı firmanın fəaliyyətinin nəticəlilik göstəricisi hesab olunur?

- qeyri-maddi aktivlərlə təmin olunma səviyyəsi
- mənfəətlik
- material tutumu
- fond tutumu
- materialdan məsrəf səviyyəsi

10 6. Səmərəlilik göstəriciləri nəyi xarakterizə edir?

- qarşıya qoyulmuş (planlaşdırılmış) nəticələrə nail olma dərəcəsini
- əldə edilmiş nəticələrlə sərf edilmiş resursların nisbətini
- firmanın inkişaf strategiyasına əməl edilmə səviyyəsini
- firmanın bütün resursları üzrə istifadənin nəticəsini
- şirkətin nəticələrə istiqamətlənmə qabiliyyətini

11 5. Nəticəlilik göstəriciləri nəyi xarakterizə edir?

- əldə edilmiş nəticələrlə sərf edilmiş resursların nisbətini
- qarşıya qoyulmuş (planlaşdırılmış) nəticələrə nail olma dərəcəsini
- firmanın inkişaf strategiyasına əməl edilmə səviyyəsini
- firmanın bütün resursları üzrə istifadənin nəticəsini
- firmanın öz məqsəd və planlarının icrası zamanı vaxt və resurs məsrəflərinə münasibətdə müəyyən edilmiş keyfiyyət tələblərinə əməl etmə qabiliyyətini

12 4. Firmanın fəaliyyətinin nəticə göstəricilərindən istifadə etmək nə üçün lazımdır?

- firmanın gəlir və məsrəflərini qiymətləndirmək üçün
- firmanın bütün resurslar üzrə məsrəflərin məbləğini dəqiqləşdirmək üçün
- firmanın rəqiblərlə müqayisədə nə dərəcədə səmərəli işlədiyini qiymətləndirmək üçün
- firmanın işinin səmərəliliyini və nəticəliliyini qiymətləndirmək üçün
- firmanın inkişaf strategiyasının doğru seçilməsini qiymətləndirmək üçün

13 3. Firmanın fəaliyyətinin nəticə göstəriciləri nədir?

- firmanın bütün resursları üzrə məsrəf göstəriciləridir
- şirkətin qarşısında duran strateji və taktiki (əməliyyat) məqsədlərinə nail olunma səviyyəsini əks etdirən fəaliyyət göstəriciləridir
- şirkətin fəaliyyətin bütün istiqamətləri üzrə xərclərin və gəlirlərin müəyyən edilməsi üçün istifadə olunan fəaliyyət göstəriciləridir
- şirkətin bütün bölmələrinin və strukturlarının işinin nəticələrini izləmək üçün istifadə olunan fəaliyyət göstəriciləridir
- şirkətin fəaliyyətinin və zəruri resursların planlaşdırılması üçün istifadə olunan hesabi göstəriciləridir

14 2. “Məqsədlər üzrə idarəetmə”nin əsası kim tərəfindən qoyulub?

- Artur Tompson
- Con Kotter
- Piter Druker
- Maykl Porter
- Kennet Endryu

15 1. “Məqsədlər üzrə idarəetmə” nədir?

- firmanın hər bir struktur bölməsinin və hər bir əməkdaşının illik fəaliyyəti ilə bağlı qarşıya konkret məqsədlərin qoyulmasına və bunların həyata keçirilməsi üzərində səmərəli nəzarətin təşkilinə əsaslanan idarəetmə üslubudur
- firmanın fəaliyyətinin mümkün nəticələrini öncədən görməsinə və onların əldə edilməsi yollarının planlaşdırılmasına əsaslanan idarəetmə üslubudur
- firmanın fəaliyyət istiqamətlərini öncədən planlaşdırmaya və onların planlı şəkildə həyata keçirilməsinə əsaslanan idarəetmə üslubudur
- firmanın bütün bölmələrinin fəaliyyətinin öncədən proqnozlaşdırılmasına və bu proqnozların bütün struktur bölmələrinə vaxtında çatdırılmasına əsaslanan idarəetmə üslubudur
- firmanın fəaliyyətinin strateji və taktiki addımlarının əlaqələndirilmiş şəkildə hazırlanmasına və həyata keçirilməsinə əsaslanan idarəetmə üslubudur

16 1. “Məqsədlər üzrə idarəetmə” nədir?

- firmanın hər bir struktur bölməsinin və hər bir əməkdaşının illik fəaliyyəti ilə bağlı qarşıya konkret məqsədlərin qoyulmasına və bunların həyata keçirilməsi üzərində səmərəli nəzarətin təşkilinə əsaslanan idarəetmə üslubudur
- firmanın fəaliyyətinin mümkün nəticələrini öncədən görməsinə və onların əldə edilməsi yollarının planlaşdırılmasına əsaslanan idarəetmə üslubudur
- firmanın fəaliyyət istiqamətlərini öncədən planlaşdırmaya və onların planlı şəkildə həyata keçirilməsinə əsaslanan idarəetmə üslubudur
- firmanın bütün bölmələrinin fəaliyyətinin öncədən proqnozlaşdırılmasına və bu proqnozların bütün struktur bölmələrinə vaxtında çatdırılmasına əsaslanan idarəetmə üslubudur
- firmanın fəaliyyətinin strateji və taktiki addımlarının əlaqələndirilmiş şəkildə hazırlanmasına və həyata keçirilməsinə əsaslanan idarəetmə üslubudur

17 287. İdarəetmə funksiyası dedikdə nə başa düşülür?

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

18 286. Aşağıdakılardan hansı idarəetmənin sosial-psixoloji metodunun təsir vasitələrinə aid deyil?

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

19 285. Menecment nədir?

- menecment texnikanın idarə edilməsi prosesini əhatə edir;
- menecment komplekslərin iqtisadiyyatının idarə edilməsi prosesini əhatə edir;
- menecment ölkə 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;

20 284. 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

İşləri yerinə yetirir?

- proqram məqsədli və çevik quruluş;
- matrisa quruluşu;
- xətti quruluş;
- funksional quruluş.
- qərargah quruluşu;

21 283. Müəssisədə idarə etmə mexanizminin hansı təşkilati quruluşunda obyektlər üzrə rəhbərlərin ayrılır və bunlardan hər biri həmin obyektin idarə edilməsi ilə əlaqədar olan bütün qərarları işləyib hazırlayır və qəbul edir?

- proqram məqsədli və çevik quruluş.
- matrisa quruluşu;
- qərargah quruluşu;
- xətti quruluş;
- funksional quruluş;

22 282. 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?

- proqram məqsədli və çevik quruluşu.
- funksional quruluşu;
- matrisa quruluşu;
- qərargah quruluşu;
- xətti quruluşu;

23 281. İdarəetmə sistemi nədir?

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

24 280. Aşağıdakılardan hansı idarəetmənin inzibati metodun təsir vasitələrinə aid edilmir?

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

25 279. Bunlardan hansı müəssisənin idarəetmə mexanizminə aid olunmur?

- məlumatlar və onların işlənmə üsulları.
- idarəetmənin funksional quruluşu;
- idarəetmə prinsipləri və funksiyaları;
- istehsal fəaliyyətinin lisenziyalaşdırılması;
- iqtisadi və hüquqi qanunlar və məhdudiyətlər;

26 278. İdarəetmədə qaşıya qoyulan məqsədlər hansı tələbə cavab verməyə bilər?

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

27 277. İdarəetmə sistemi:

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

28 276. Aşağıdakılardan hansı planlaşdırmanın mərhələsi hesab olunur?

- lisenziyalaşdırma.
- koordinasiya;
- matris sxemi;
- məqsədlərin müəyyən edilməsi;
- Təşəbbüskanlıq;

29 275. Aşağıdakılardan hansı firmanın idrə edilməsinin təşkilati quruluşları sırasına aiddir?

- məqsədli-proqram
- funksional
- xətti
- xətti-dəyər
- xətti-funksional

30 274. Aşağıdakılardan hansı firmanın idrə edilməsinin təşkilati quruluşları sırasına aiddir?

- ixtisaslaşmış
- mərkəzləşdirilmiş
- ierarxiya
- divizional
- diversifikasiyalı

31 273. Firmalarda idrəetmənin təşkilati quruluşları arasında daha geniş yayılmışı hansıdır?

- məqsədli-proqram
- funksional
- xətti
- xətti-funksional
- matris sxemi

32 272. İdarəetmənin metodları hansılardır?

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

33 271. Firmada idarəetmənin funksiyaları hansılardır?

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

34 270. Bunlardan hansı idarəetmənin iqtisadi metodunun mexanizminə aid olunmur?

- əmək haqqı.

- vergi;
- gəlir və mənfəət;
- təlimat;
- qiymət;

35 269. Aşağıdakılardan hansı idarəetmənin prinsiplərinə aid deyil?

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

36 268. Aşağıdakılardan hansı idarəetmənin prinsiplərinə aiddir?

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

37 267. Aşağıdakılardan hansı idarəetmənin prinsiplərinə aid deyil?

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

38 266. Aşağıdakılardan hansı idarəetmənin funksiyasıdır?

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

39 265. Aşağıdakılardan hansı idarəetmənin funksiyasıdır?

- kreditləşdirmə
- ixtisaslaşdırma
- əmək bölgüsü
- nəzarət
- kooperasiyalaşdırma

40 264. Aşağıdakılardan hansı idarəetmənin metodudur?

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

41 263. Aşağıdakılardan hansı idarəetmənin funksiyası deyil?

- motivasiya
- təşkilətmə
- planlaşdırma
- mərkəzləşdirmə

- koordinasiya

42 262. Aşağıdakılardan hansı firmanın inkişaf strategiyasının predmetini təşkil edir?

- bunların heç birisi.
 təşkilati problemlər – qarşıya qoyulan məqsədə nail olmaq üçün zəruri olan, lakin hazırda təşkilatda olmayan yaxud kifayət qədər olmayan təşkilati elementlər;
 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;
 bunların hamısı;
 xarici amillərlə bağlı problemlər;

43 260. Aşağıdakılardan hansı firmanın inkişaf strategiyasını müəyyən edən amil hesab edilmir?

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

44 259. Firmanın inkişaf strategiyasının formalaşmasına təsir göstərən amillər necə qruplaşdırılır?

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

45 257. Strateji planlaşdırma:

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

46 256. Strateji planlaşdırma:

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

47 255. Strateji planlaşdırma:

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

48 254. Aşağıdakılardan hansı strateji planlaşdırmanın səciyyəvi xüsusiyyəti hesab edilə bilməz?

- firmanın fəaliyyətinin xarici və daxili mühitinin öyrənilməsinə şərtləndirir;
 firma ilə bağlı istənilən digər növ planlaşdırmalar üçün baza rolunda çıxış edir;
 firmanın inkişafı ilə bağlı qlobal ideyaların araşdırılmasına əsaslanır;
 uzunmüddətli istehsal proqramının illər, rüblər və bölmələr üzrə bölünməsinə təmin edir.

- qarşıya qoyulan məqsədə (nəticəyə) nail olmağın alternativ variantlarını nəzərdən keçirir;

49 253. Aşağıdakı fikirlərdən hansı doğrudur?

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

50 252. Aşağıdakılardan hansı “strateji planlaşdırma” anlayışına uyğundur?

- 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, firmanın uzunmüddətli dövrdə fəaliyyətlərinin planlaşdırılması prosesidir.
- Bu, qarşıdakı dövrdə firmanın sifarişlər portfelinə uyğun olaraq məhsul istehsalı və satışını zaman və məkan baxımından sistemləşdirən fəaliyyətlər toplusudur;
- Bu, təsərrüfat bölmələrinin uzunmüddətli rəqabət üstünlüklərini təmin edən strategiyadır;

51 251. “Strateji menecment - bu, idarəetmədir” fikrini tamamlayın

- istiqamətlər üzrə;
- nəticələr üzrə.
- layihələr üzrə;
- vəzifələr üzrə;
- proqramlar üzrə;

52 249. Firmanın inkişaf strategiyasının işlənilməsini zəruri edən başlıca amil nədir?

- firmanın mülkiyyətçilərinin dəyişməsi;
- dinamik bazar dəyişiklikləri;
- məhsulun keyfiyyəti;
- rentabelliğin dəyişməsi.
- firmanın gəlirlərin dəyişməsi;

53 248. Firmanın inkişaf strategiyası aşağıdakı dəyişiklik istiqamətini əks etdirir:

- firmanın keçmiş vəziyyəti – firmanın gələcək vəziyyəti;
- firmanın indiki halı – bazar mövqeyinin möhkəmlənməsi.
- firmanın indiki halı – firmanın daha yüksək gəlirli halı;
- firmanın indiki halı – firmanın nail olmaq istədiyi halı;
- firmanın keçmiş vəziyyəti – firmanın indiki vəziyyəti;

54 247. Firmanın inkişaf strategiyası:

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

55 246. Fikri aşağıdakı ifadələrdən biri ilə tamamlayın: “Hər bir strategiya başlayır”

- strateji planlaşdırmadan;
- strateji düşüncədən;
- strateji təhlildən;

- xarici mühitdəki dəyişikliklərdən.
- maliyyə resurslarından;

56 245. Strateji qərar qəbul etmək üçün firmanın rəhbərinin (sahibkarın) hansı qabiliyyətə malik olması zəruridir?

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

57 244. Aşağıdakılardan hansı firmanın strateji idarə edilməsinin əlamətləri sırasına aid edilə bilməz?

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

58 243. Bu, firmanın strateji idarə edilməsinin əlamətidir:

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

59 35. Aşağıdakılardan hansı strateji qərarlara aid edilə bilməz?

- müəssisənin ayrı-ayrı istehsal bölmələrinin fəaliyyətinin dayandırılması
- müəssisələrin birləşməsi
- yeni satış bazarlarına çıxış
- satınalmalar üzrə ödəniş şərtlərinin yenilənməsi
- məhsullardan bəzilərinin istehsalının dayandırılması

60 34. Aşağıdakılardan hansı strateji qərarlara aid edilə bilər?

- bina və tikililərin əsaslı təmir edilməsi
- əmək intizamının gücləndirilməsi
- işçilərin ixtisasının artırılması
- yen məhsul istehsalına keçid
- avadanlığın boş dayanmalarının aradan qaldırılması

61 33. Aşağıdakılardan hansı strateji qərarlara aid edilə bilər?

- müqavilə münasibətlərinin hüquqi mexanizmlərinin tətbiqi
- məhsulun keyfiyyətinə nəzarət
- məhsulun qiymətinə endirimlərin tətbiqi
- yeni texnologiyanın tətbiqi
- heyətin idarə edilməsi

62 32. Aşağıdakılardan hansı strateji qərarlara aid edilə bilər?

- reklam kampaniyasının təşkili
- əməyin stimullaşdırılması qaydalarının tətbiqi
- tədarüklərin həcmnin artırılması
- müəssisənin rekonstruksiya edilməsi
- əmək haqqının inflyasiya səviyyəsinə uyğun indeksləşdirilməsi

63 31. Strateji idarəetmə prossinin başlanğıc nöqtəsi hansıdır?

- firmanın kadrları
- firmanın rəqibləri
- firmanın fəaliyyət sahəsi
- mühitin təhlili
- firmanın ali menecmenti

64 30. Aşağıdakılardan hansı strateji qərarların xarakterik xüsusiyyətidir?

- bunların heç biri
- təbiəti etibar ilə qeyri-müəyyəndir
- təbiəti etibar ilə innovasiondur (yenilikçidir)
- bunların hamısı
- təbiəti etibar ilə subyektivdir

65 29. Xarici mühitin qeyri-müəyyənliyi aşağıdakılardan hansı ilə bağlı deyil?

- fəaliyyətin uğuruna mühiitn təsirinin bilinməməsi ilə
- informasiyanın məhdudluğu (çatışmazlığı) ilə
- xarici mühitin mürəkkəbliyi və dəyişkənliyi ilə
- firmanın sahibkarlarının və ya qərar qəbul edənlərin xarici mühiti qiymətləndirə bilməmələri ilə
- qəbul edilən qərarların nəticələrinin dəqiq bilinməməsi ilə

66 28. Aşağıdakılardan hansı strateji qərarların xarakterik xüsusiyyətidir?

- təbiəti etibar ilə dəqiq müəyyən ediləndir
- təbiəti etibar ilə tez bir zamanda qəbul edilməsini tələb edir
- təbiəti etibar ilə obyektivdir
- təbiəti etibar ilə subyektivdir
- bütün əməkdaşların razılığı ilə qəbul edilir

67 27. Aşağıdakılardan hansı strateji qərarların xarakterik xüsusiyyətidir?

- onların nəticəsi icra keyfiyyətindən deyil, nə dərəcə sürətlə yerinə yetirilməsindən asılıdır
- təbiəti etibar ilə obyektivdir
- konkret vəzifələrin həllinə istiqamətlənmiş
- təbiəti etibar ilə yenilikçidir (innovasiondur)
- təbiəti etibar ilə dəqiq təyin olunub

68 26. Aşağıdakılardan hansı firmanın inkişafına strateji yanaşmanı vacib edən amil hesab edilmir?

- istehlakçıların tələbatlarında baş verən köklü dəyişikliklər
- sahə daxilində rəqabətin kəskinlik dərəcəsinin yüksəlməsi
- xarici mühitdə baş verən dəyişikliklərin firmanın fəaliyyətinə təsiri
- firmanın davamlı olaraq yüksək mənfəət norması ilə işləməsi
- firmanın əsas fəaliyyət növləri üzrə istifadə etdiyi texnologiyalarda baş verən dəyişikliklər

69 25. Müəssisənin inkişaf strategiyası:

- orta müddətli dövr üçün firmanın inkişafına nəzarət planıdır;
- müəssisənin cari planlarının ahəngdar həyata keçirilməsini təmin edən idarəetmə alətidir
- konkret müddəti göstərilməyən inkişaf planıdır
- dəyişkən mühit şəraitində firmanın qarşıya qoyulmuş məqsədlərə mövcud imkanlarla nail olması üçün konkret dövr üçün müəyyən edilmiş fəaliyyət planıdır
- müəssisənin cari fəaliyyətinin idarə edilməsi alətidir;

70 24. Aşağıdakılardan hansı biznesdə strateji dəyişikliklər üçün əsas ola bilməz?

- qloballaşma və beynəlxalq inteqrasiyanın güclənməsi

- texnoloji yeniliklər (dəyişikliklər);
- bazar tələbatlarının dəyişilməsi;
- korporativ mənfəət vergisinin dərəcəsinin azaldılması
- sahədə rəqabətin dərinləşməsi;

71 23. Aşağıdakılardan hansı firmanın idarə edilməsində strateji dəyişikliyi zəruri edir?

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

72 22. Firmanın inkişaf strategiyasının işlənilməsini zəruri edən amil hansıdır?

- bunların heç biri
- xarici mühitin dəyişkənliyi
- xarici mühitin mürəkkəbliyi
- xarici mühitin qeyri müəyyənliyi şəraitində firmanın uğur qazanmaq istəyi
- bunların hamısı

73 21. Strategiyanı xarakterizə edən aşağıdakı fikirlərdən hansı yanlıdır?

- dəyişkən mühit şəraitində firmanın qarşıya qoyulmuş məqsədlərə mövcud imkanlarla nail olması üçün müəyyən dövr ərzində həyata keçirməli fəaliyyət və hərəkətlərin ümumiləşdirici modelidir
- müəssisənin öz çevrəsiylə arasındakı münasibətləri nizamlayan və rəqibləri üzərində üstünlük qazanmaq məqsədi ilə bütün imkanlarını hərəkətə gətirmək (səfərbər etmək) kimi bir məna daşıyır
- müəssisədə uzun müddətli məqsəd və hədəfləri müəyyən etmə və bu məqsədlərə nail olmaq üçün bütün qaynaqları (imkan və vasitələri) hərəkətə gətirmə bacarığıdır
- müəssisənin daxili qaynaqları və bacarıqları ilə xarici mühitin fürsət və təhtidləri (təhlükələri) arasında uyğunluq yaratmaqla rəqibləri ilə müqayisədə rəqabət üstünlüyü əldə edərək qarşıya qoyulan məqsədə nail olmaq vasitəsidir
- dəyişkən mühit şəraitində firmanın müəyyən dövr ərzində həyata keçirməli fəaliyyət və hərəkətlərin sxematik modelidir

74 20. İqtisadi baxımdan strategiya nədir?

- rəqabət şəraitində firmanın bazar payını qoruyub saxlamaq üçün müəyyən dövr ərzində həyata keçirməli fəaliyyət və hərəkətlərin məcmusudur
- dəyişkən mühit şəraitində firmanın qarşıya qoyulmuş məqsədlərə mövcud imkanlarla nail olması üçün müəyyən dövr ərzində həyata keçirməli fəaliyyət və hərəkətlərin ümumiləşdirici modelidir
- dəyişkən mühit şəraitində firmanın müəyyən dövr ərzində həyata keçirməli fəaliyyət və hərəkətlərin sxematik modelidir
- sabit mühit şəraitində firmanın məqsədə nail olmaq üçün müəyyən dövr ərzində həyata keçirməli fəaliyyət və hərəkətlərin ümumiləşdirici modelidir
- sabit mühit şəraitində firmanın rəqib firmalarla müqayisə şəraitində müəyyən etdiyi fəaliyyət və əməliyyatların ümumiləşdirici modelidir

75 19. "Strategiya" sözü iqtisadi sferaya hansı sahədən daxil olub?

- ekoloji
- hərbi
- siyasi
- sosial
- hüquq

76 18. İnkişaf prosesinin idarə edilməsi dedikdə nə başa düşülür?

- sistemin bir keyfiyyət halından başqa bir keyfiyyət halına keçidində imkan verən təbii və tarazlı dəyişikliklər prosesi
- sistemin bir keyfiyyət halından başqa bir keyfiyyət halına keçidini təmin edən təsadüfi hərəkətlər toplusudur

- sistemin bir keyfiyyət halından başqa bir keyfiyyət halına keçidini təmin edən məqsədyönlü və sistemli dəyişikliklər prosesi
- sistemin keyfiyyət xarakteristikaları dəyişmədən onun kəmiyyətə böyüməsini təmin edən dəyişikliklər prosesi
- sistemin bir (aşağı) keyfiyyət halından başqa – daha yüksək - keyfiyyət halına keçməsidir

77 17. “İnkişaf – bu ...” cümləni aşağıdakı fikirlərdən biri ilə tamamlayın:

- firmanın göstərdiyi xidmətdir
- fasiləsiz prosesdir
- fasiləli prosesdir
- birdəfəlik hadisədir
- fəaliyyətdir

78 16. İnkişaf nədir?

- sistemin hər-hansı keyfiyyət dəyişikliklərinə uğramadan qalmasıdır
- sistemin bir (aşağı) keyfiyyət halından başqa – daha yüksək - keyfiyyət halına keçməsidir
- sadəcə olaraq böyümdür (artəmdir)
- sistemin keyfiyyətə dəyişmədən miqdarca artmasıdır
- sistemin birdəfəlik xarakteristikasıdır

79 327. Aşağıdakı fikirlərdən hansı yanlıştır?

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

80 326. Firma ləğvetmə strategiyasını tətbiq etdikdə aşağıdakı nəticələrdən hansı mümkün olmaz?

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

81 325. 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?

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

82 324. Aşağıdakılardan hansı ixtisaretmə strategiyasının tipi deyil?

- Ləğvetmə strategiyası.
- Xərclərin ixtisarı strategiyası;
- “Məhsulun toplanması” strategiyası;
- Qiymətin ixtisarı strategiyası;
- Strukturların ixtisarı strategiyası;

83 323. Aşağıdakılardan hansı ixtisaretmə strategiyasının tipidir?

- tərəfdaşların ixtisarı strategiyası;

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

84 322. İxtisaretmə strategiyalarının neçə tipi var?

- 6.
- 3;
- 2;
- 4;
- 5;

85 321. Konqlomerat diversifikasiya strategiyasını aşağıdakı kimi xarakterizə etmək olar:

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

86 320. Üfüqi diversifikasiya strategiyasının tətbiqi zamanı dəyişən elementlər (amillər) hansıdır?

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

87 319. Diversifikasiyalı artım strategiyalarının tipləri bunlardır:

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

88 318. Aşağıdakılardan hansı diversifikasiyalı artım strategiyalarının tipidir?

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

89 317. Aşağıdakılardan hansı diversifikasiyalı artım strategiyalarının tipidir?

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

90 316. Diversifikasiyalı artım strategiyalarının neçə tipi var?

6.
 4;
 2;
 3;
 5;

91 315. Əks şaquli inteqrasiya strategiyasının tətbiqi zamanı:

- Firma hazırda istehsal etdiyi məhsulla mövcud bazarlarda daha da möhkəmlənmək üçün əlindən gələnləni hər şeyi edir.
 Firmanın fəaliyyət göstərdiyi sahə və istifadə etdiyi texnologiya ciddi dəyişikliklərə məruz qalır;
 Firma özü ilə son istehlakçılar arasında olan strukturları (yəni bölgü və satış sistemini) özünə birləşdirmək yaxud onların üzərində nəzarəti gücləndirmək yolu ilə böyüyür;
 Firma tədarükçülərini özünə birləşdirmək yaxud onların üzərində nəzarəti gücləndirmək, habelə tədarüklə məşğul olan törəmə strukturlar yaratmaq yolu ilə böyüyür;
 Firma hazırda istehsal etdiyi məhsul üçün yeni bazarlar tapır;

92 314. Aşağıdakı fikirlərdən hansı yanlıştır?

- İnteqrallaşdırılmış artım strategiyalarının tətbiqi zamanı sahə daxilində firmanın mövqeyi (vəziyyəti) dəyişikliyə məruz qalır.
 Firma güclü biznesə malik olduqda və təmərküzləşdirici artım strategiyasını tətbiq edə bilmədikdə inteqrallaşdırılmış artım strategiyasını tətbiq edir;
 İnteqrallaşdırılmış artım strategiyalarının tətbiqi zamanı yeni struktur bölmələrinin əlavə edilməsi hesabına firmanın genişlənməsi (böyüməsi) baş verir;
 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;

93 313. İnteqrallaşdırılmış artım strategiyalarında dəyişikliklərə uğrayan elementlər hansılardır?

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

94 312. İnteqrallaşdırılmış artım strategiyaları zamanı dəyişən element (amil) hansıdır?

- sahə.
 texnologiya;
 məhsul;
 sahə daxilində firmanın mövqeyi;
 bazar;

95 311. İnteqrallaşdırılmış artım strategiyalarının tipləri bunlardır:

- təmərküzləşdirici inteqrasiya strategiyası və diversifikasiyalı inteqrasiya strategiyası .
 əks üfüqi inteqrasiya strategiyası və irəli gedən üfüqi inteqrasiya strategiyası;
 üfüqi inteqrasiya strategiyası və şaquli inteqrasiya strategiyası;
 əks şaquli inteqrasiya strategiyası və irəli gedən şaquli inteqrasiya strategiyası;
 strukturların birləşdirilməsini nəzərdə tutan inteqrasiya strategiyası və strukturların ixtisarını nəzərdə tutan inteqrasiya strategiyası;

96 310. Aşağıdakılardan hansı inteqrallaşdırılmış artım strategiyalarının tipidir?

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

97 309. İntegrallaşdırılmış artım strategiyalarının neçə tipi var?

6.
 4;
 3;
 2;
 5;

98 308. Aşağıdakı fikirlərdən hansı yanlıştır?

- Məhsulun inkişafı strategiyasının tətbiqi firmanın yeni məhsul istehsalını və onun mövcud bazarlara satılmasını nəzərdə tutur.
 Firmanın bazar mövqeyinin gücləndirilməsi strategiyası tətbiqi zamanı daha güclü marketinq araşdırmaları tələb olunur;
 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 məhsul və texnologiya dəyişməz qalır, sahə isə dəyişir
 Bazarın inkişafı strategiyasının tətbiqi zamanı firma hazırda istehsal etdiyi məhsul üçün yeni bazarlar tapır;

99 307. Təmər küzləşdirici artım strategiyalarında dəyişikliklərə məruz qalan elementlər hansılardır?

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

100 306. Təmər küzləşdirici artım strategiyalarında dəyişikliklərə məruz qalmayan elementlər hansılardır?

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

101 305. Təmər küzləşdirici artım strategiyalarının tipləri hansılardır?

- məhsulun yenilənməsi strategiyası, texnologiyanın yenilənməsi strategiyası və bazarın yenilənməsi strategiyası.
 texnologiyanın inkişafı strategiyası, məhsulun inkişafı strategiyası və bazarın genişləndirilməsi strategiyası;
 məhsulun təmər küzləşdirici strategiyası, bazarın təmər küzləşdirici strategiyası və bazar mövqeyinin təmər küzləşməsi strategiyası;
 məhsulun inkişaf strategiyası, bazarın inkişafı strategiyası və bazar mövqeyinin gücləndirilməsi strategiyası;
 istehsalın təmər küzləşməsi strategiyası, məhsulun ixtisaslaşması strategiyası və bazarın təmər küzləşməsi strategiyası;

102 304. Aşağıdakılardan hansı təmər küzləşdirici artım strategiyasının tipidir?

- istehsalın təmər küzləşdirilməsi strategiyası.
 texnologiyanın yenilənməsi strategiyası;
 istehsalın ixtisaslaşdırılması strategiyası;
 bazar mövqeyinin gücləndirilməsi strategiyası;
 məhsulun yenilənməsi strategiyası;

103 303. Təmər küzləşdirici artım strategiyalarının neçə tipi var?

6.
 4;
 2;
 3;

5;

104 302. Biznesin inkişafının baza (etalon) strategiyaları bunlar hesab olunur:

- 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.
- bazar mövqeyinin gücləndirilməsi strategiyaları, bazanın inkişafı (genişləndirilməsi) strategiyaları, məhsulun inkişafı strategiyaları, ixtisaretmə strategiyaları;
- məhsulun inkişafı strategiyaları, bazanın inkişafı strategiyaları, texnologiyanın inkişafı strategiyaları, sahənin inkişafı strategiyaları;
- mərkəzləşdirilmiş diversifikasiya strategiyaları, üfüqi diversifikasiya strategiyaları, konqlomerat diversifikasiya strategiyaları, xərclərin minimumlaşdırılması strategiyaları;

105 301. Aşağıdakılardan hansı biznesin inkişafının etalon (baza) strategiyaları deyil?

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

106 300. Aşağıdakılardan hansı biznesin inkişafının etalon (baza) strategiyaları hesab olunur?

- mənfəətin maksimumlaşdırılması strategiyaları.
- diversifikasiyalı artım strategiyaları;
- bazanın genişləndirilməsi strategiyaları;
- rəqabət qabiliyyətinin gücləndirilməsi strategiyaları;
- məhsulun keyfiyyətinin artırılması strategiyaları;

107 299. Aşağıdakılardan hansı biznesin inkişafının etalon (baza) strategiyaları hesab olunur?

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

108 298. Biznesin inkişafının etalon (baza) strategiyaları neçə qrupda birləşdirilir?

- 2;
- 4;
- 6.
- 5;
- 3;

109 297. Biznesin artım strategiyaları bunlardır:

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

110 296. Biznesin artımını nəzərdə tutan etalon strategiyaları neçə qrupda birləşdirilir?

- 2;
- 3;

- 6.
- 5;
- 4;

111 295. Firmanın inkişaf istiqamətinin xarakterinə görə biznesin inkişaf strategiyaları aşağıdakı kimi qruplaşdırılır:

- inteqrasiya strategiyaları və diversifikasiya strategiyaları .
- artım strategiyaları və ixtisar strategiyaları;
- irəliləmə strategiyaları və geriləmə strategiyaları;
- tədrici inkişaf strategiyaları və sürətli inkişaf strategiyaları;
- biznes strategiyaları və inkişaf strategiyaları;

112 294. Firmaların inkişaf strategiyalarını bir-birindən fərqləndirən əsas elementlər (amillər) aşağıdakı vəziyyətlərdə ola bilər:

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

113 293. Firmaların inkişaf strategiyalarını bir-birindən fərqləndirən və dəyişikliklərə məruz qalan əsas elementlər hansılardır?

- məhsulun keyfiyyəti, satış həcmi, bazar mövqeyi, innovasiya və sahə;
- məhsul, texnologiya, bazar, sahə daxilində firmanın mövqeyi və sahə;
- 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.
- firmanın xarakteri, firmanın imici, firmanın bazar payı, sahədə müəssisələrin sayı, firmanın ölçüsü;

114 292. Aşağıdakılardan biri firmaların inkişaf strategiyalarını fərqləndirən amil hesab olunur:

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

115 291. Aşağıdakılardan biri firmaların inkişaf strategiyalarını fərqləndirən amil hesab olunur:

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

116 290. Firmaların inkişaf strategiyaları barədəki aşağıdakı fikirlərdən hansı yanlıştır?

- Ümumi şəkildə strategiya – firmanı perspektivdə qarşıya qoyulan məqsədə aparıb çıxaracaq sistemli və əlaqələndirilmiş fəaliyyətlər kompleksidir.
- Bütün firmaların strategiyaları əsasən eynidir, yalnız bunların reallaşdırılması üsulları və formaları fərqlidir;
- Firmanın inkişaf strategiyasının müəyyənləşdirilməsi prinsiplial 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;

117 289. Strategiyanın müəyyənləşdirilməsi zamanı hər bir firma özünün bazar mövqeyi ilə bağlı aşağıdakı suallarla qarşılaşır:

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

118 288. Biznesin inkişafının əsas strategiyalarını fərqləndirəmə amillərin (elementlərin) sayı neçədir?

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

119 55. Diversifikasiyalı artım strategiyası nəyi nəzərdə tutur?

- bazar liderliyinə nail olmağı
- firmanın tədarüklü özünün məşğul olmasını
- satış şəbəkəsini özünə birləşdirməyi
- yeni sahələrə girməklə inkişaf
- məhsulların yenilənməsini

120 54. İntegrallaşdırılmış artım strategiyası nəyi nəzərdə tutur?

- texnoloji cəhətdən yeni məhsulla yeni bazarlara çıxış
- yeni sahələrə daxil olmaqla inkişaf
- məhsulun təkmilləşdirilməsi və inkişafı
- texnoloji cəhətdən yeni məhsulun mövcud bazarlarda satışını
- tədarükçülərin yaxud satış şəbəkəsinin üzərində nəzarətin əldə edilməsi yaxud bunların firmaya birləşdirilməsi

121 53. Aşağıdakılardan hansı “Biznesin inkişafının baza strategiyaları”na aiddir?

- birləşmə strategiyaları
- ekstensiv artım strategiyaları
- kombinəlanmış strategiyalar
- sürətli artım strategiyaları
- intensiv artım strategiyaları

122 52. Aşağıdakılardan hansı “Rəqabət üstünlüklərinə nailolma strategiyaları”na daxildir?

- Boston məsləhət qrupunun matrisası
- sinerqizm strategiyası
- kombinəlanmış strategiyalar
- bazarda “öz yerini bilən” firmanın rəqabət davranışı strategiyası
- investisiya strategiyası

123 51. Aşağıdakılardan hansı “Rəqabət üstünlüklərinə nailolma strategiyaları”na daxil deyildir?

- xərclərin minimumlaşdırılması (və ya maya dəyərində liderlik) strategiyası
- bazar lideri strategiyası
- operativ reaksiya strategiyası
- fokuslanma strategiyası
- fərqliləşdirmə (differensasiya) strategiyası

124 50. Aşağıdakılardan hansı “Rəqabət üstünlüklərinə nailolma strategiyaları”na daxildir?

- investisiya strategiyası
- innovasiya strategiyası
- effektiv yanaşma strategiyası
- marketinq strategiyası
- McKinceyin portfel analizi matrisası

125 49. Aşağıdakılardan hansı “Portfel strategiyaları”na daxil deyildir?

- Boston məsləhət qrupunun matrisası
- Piter Druker matrisası
- İgor Ansoff matrisası
- “Artur D Little” firmasının matrisası
- McKinceyin portfel analizi matrisası

126 48. Aşağıdakılardan hansı “Portfel strategiyaları”na daxildir?

- İxtisaretmə strategiyası
- Boston məsləhət qrupunun şəkli dəyişdirilmiş matrisası
- Sinergizm strategiyası
- Marketinq strategiyası
- Qiymətli kağızlar matrisası

127 47. Aşağıdakılardan hansı biznesin inkişaf strategiyalarının təsnifləşdirilməsi əlaməti hesab olunur?

- Boston məsləhət qrupunun stratejiyaları
- Davamçıların bazar rəqabəti strategiyaları
- McKinceyin portfel analizi strategiyaları
- Sahə strategiyaları
- Kommutant firmaların bazar davranışı strategiyaları

128 46. Aşağıdakılardan hansı biznesin inkişaf strategiyalarının təsnifləşdirilməsi əlaməti hesab olunmur?

- firmanın həyat tsiklinin mərhələləri üzrə davranış strategiyaları
- sinergizm strategiyaları
- biznesin inkişafının baza strategiyaları
- rəqabətli mühitdə davranış strategiyaları
- portfel stratejiyalar

129 45. Aşağıdakılardan hansı biznesin inkişaf strategiyalarının təsnifləşdirilməsi əlaməti hesab olunur?

- bazar lideri strategiyası
- təmərküzləyici artım strategiyası
- rəqabət üstünlüklərinə nail olma strategiyaları
- sinergizm strategiyası
- innovasiya strategiyası

130 44. Səmərəli strategiyaya qarşı qoyulan “çevik uyğunluq (adekvatlıq)” tələbi nəyi ifadə edir?

- gələcək biznes-ugurun əldə edilməsi üçün firmanın strategiyasına onu bütün digər rəqiblərin strategiyalarından fərqli edən güclü elementlər daxil edilməlidir
- xarici mühit dəyişiklikləri nəticəsində yaranan potensial yeni imkanları reallaşdırma üçün firmanın özünün daxilindəki strateji dəyişikliklər xarici mühit dəyişikliklərinə adekvat (uyğun) olmalıdır
- firma hansısa müsbət bir tərəfinə görə mütləq bütün digər rəqiblərindən fərqlənməlidir
- firmanın strategiyasına onu bütün digər rəqiblərin strategiyalarından fərqli edən güclü məzmun tərəfləri daxil edilməlidir
- strategiya ilə bağlı olan hər şey menecment-elmin, menecment-qabiliyyətin və uğurlu biznes-təcrübələrin sintezi olaraq meydana çıxır

131 43. Səmərəli strategiyaya qarşı qoyulan “gələcək qeyri-müəyyənliyə strateji imkan kimi yanaşılması” tələbi nəyi ifadə edir?

- strategiya ilə bağlı olan hər şey menecment-elmin, menecment-qabiliyyətin və uğurlu biznes-təcrübələrin sintezi olaraq meydana çıxır
- gələcək prinsip etibarilə qeyri-müəyyən olduğundan səmərəli strategiyalar xarici mühit dəyişikliklərini konkret firmanın unikal strateji rəqabət üstünlüklərinə çevirməyi bacarmalıdır
- firma mütləq dəyər zəncirinin və ya sisteminin müəyyən həlqələrində və ya elementlərində yalnız onun özünə məxsus müsbət-unikal nəşə tapmalıdır
- müasir strategiyalar xarici mühit dəyişikliklərini konkret firmanın unikal strateji rəqabət üstünlüklərinə çevirməyi bacarmalıdır
- firmanın strategiyasına onu bütün digər rəqiblərin strategiyalarından fərqli edən güclü məzmun tərəfləri daxil edilməlidir

132 42. Səmərəli strategiyaya qarşı qoyulan “strategiyanın unikalılığı” tələbi nəyi ifadə edir?

- hər bir dəyişiklik heç də yalnız təhlükələri yox, həm də gələcək biznes-uğurun əldə edilməsi üçün yeni imkanları ifadə edir
- strategiya ilə bağlı olan hər şey menecment-elmin, menecment-qabiliyyətin və uğurlu biznes-təcrübələrin sintezi olaraq meydana çıxır
- strategiya məhz verilmiş konkret situasiyanın səciyyəvi xüsusiyyətlərini gələcək uğur amillərinə inteqrasiya edir
- xarici mühitdə yaranan potensial imkanları reallaşdırma bilmək üçün firmanın özünün daxilindəki strateji dəyişikliklər xarici mühit dəyişikliklərinə uyğun olmalıdır
- gələcək biznes-uğurun əldə edilməsi üçün konkret firmanın strategiyasına onu bütün digər rəqiblərin strategiyalarından fərqli edən bir sıra güclü məzmun tərəfləri daxil edilməlidir

133 41. Səmərəli strategiyaya qarşı qoyulan “situasiyalılıq” tələbi nəyi ifadə edir?

- strategiya ilə bağlı olan hər şey menecment-elmin, menecment-qabiliyyətin və uğurlu biznes-təcrübələrin sintezi olaraq meydana çıxır
- xarici mühitdə yaranan potensial yeni imkanları reallaşdırma bilmək üçün firmanın özünün daxilindəki strateji dəyişiklikləri xarici mühit dəyişikliklərinə uyğun olmalıdır
- gələcək prinsip etibarilə qeyri-müəyyən olduğundan səmərəli strategiyalar xarici mühit dəyişikliklərini konkret firmanın unikal strateji rəqabət üstünlüklərinə çevirməyi bacarmalıdır
- firmanın strategiyasına onu bütün digər rəqiblərin strategiyalarından fərqli edən güclü məzmun tərəfləri daxil edilməlidir
- effektiv strategiya məhz verilmiş konkret situasiyanın səciyyəvi xüsusiyyətlərini gələcək uğur amillərinə inteqrasiya edir, yəni konkret firmanın strateji uğurunu müəyyən edir

134 40. Səmərəli strategiyaya qarşı qoyulan “seçilən strategiyanın mental düzgünlüyü” tələbi nəyi ifadə edir?

- xarici mühitdə yaranan potensial yeni imkanları reallaşdırma bilmək üçün firmanın özünün daxilindəki strateji dəyişiklikləri xarici mühit dəyişikliklərinə uyğun olmalıdır
- gələcək prinsip etibarilə qeyri-müəyyən hesab edilir, konkret firmanın strateji inkişaf mənbəyi də elə bundadır
- strategiya və strateji idarəetmə ilə bağlı olan hər şey menecment-elmin, menecment-qabiliyyətin (sənətin) və uğurlu biznes-təcrübələri fenomenlərinin məhdud sintezi olaraq meydana çıxır
- effektiv strategiya məhz verilmiş konkret situasiyanın səciyyəvi xüsusiyyətlərini gələcək uğur amillərinə inteqrasiya edir
- konkret firmanın strategiyasına onu bütün digər rəqiblərin strategiyalarından fərqli edən bir sıra güclü məzmun tərəfləri daxil edilməlidir

135 39. Aşağıdakılardan hansı səmərəli strategiyanın əsas xüsusiyyətlərindən hesab olunmur?

- çevik uyğunluq (adekvatlıq)
- strategiyanın universallığı
- strategiyanın unikalılığı
- situasiyalılıq
- gələcək qeyri-müəyyənliyə strateji imkan kimi yanaşılması

136 38. Aşağıdakılardan hansı səmərəli strategiyanın əsas xüsusiyyətlərindən hesab olunur?

- strategiyanın davamlılığı
- strategiyanın unikalılığı
- strategiyanın universallığı
- strategiyanın az məsrəfli olması

- strategiyanın fasiləsizliyi

137 37. Aşağıdakılardan hansı səmərəli strategiyanın əsas xüsusiyyətlərindən hesab olunur?

- strategiyanın sürətli icra olunması
 seçilən strategiyanın mental düzgünlüyü
 strategiyanın hamı üçün əlçatan olması
 strategiyanın hamı tərəfindən anlaşılması
 strategiyanın məzmunca bütövlüyü

138 36. Təşkilatın inkişaf strategiyasına qarşı qoyulan başlıca tələblər hansıdır?

- unikalıq və innovasiyalılıq
 səmərəlilik və nəticəlilik
 qənaətlilik və azməsrəflilik
 hesabatlılıq və şəffaflıq
 iştirakçılıq və situasiyalılıq

139 358. Aşağıdakılardan hansı firmanın fəaliyyətinin makromühit amilləri sırasına aid deyil?

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

140 354. Proqram nədir?

- 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;
 məqsədlərin müəyyən edilməsi, problemin təhlili, proqnozlaşdırma, alternativ variantların müəyyən olunması mərhələlərini əhatə edən fəaliyyət növüdür.
 strateji məqsədlərə nail olmaq üçün qarşıya qoyulan vəzifələrin yerinə yetirilməsinə dair elmi cəhətdən əsaslandırılmış təsəvvür, mülahizə və tövsiyələrin məcmusudur;
 elmi jəhətdən formalaşdırılan biliklər sistemi və habelə ictimai həyatın bütün sahələrinin şüurlu nizamlanmasına yönəldilmiş fəaliyyət növüdür;

141 357. Strateji planlaşdırma haqqında aşağıdakı fikirlərdən hansı yanlıştır?

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

142 356. Planlaşdırmanın kompleksliliyi:

- demək müəssisənin inkişaf planının məkan və zaman baxımından konkretləşdirilməsinə yönəldilmiş tədbirlər sistemini özündə əks etdirir;
 uzunmüddətli və qısamüddətli planların qarşılıqlı əlaqələndirilməsi yolu ilə təmin edilir;
 istehsal-texniki vəzifələrin həllinin alternativ variantlarının hazırlanması ilə əldə edilir;
 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.
 müəssisənin pul mədaxili və məxaricini, büdcə, bank və digər subyektlərlə hesablaşmaları əks etdirir;

143 355. Planlaşdırmanın fasiləsizliyi:

- müəssisənin inkişaf planının məkan və zaman baxımından konkretləşdirilməsinə yönəldilmiş tədbirlər sistemini özündə əks etdirir.

- müəssisənin pul mədaxili və məxaricini, büdcə, bank və digər subyektlərlə hesablaşmaları əks etdirir;
- istehsal-texniki vəzifələrin həllinin alternativ variantlarının hazırlanması ilə əldə edilir;
- uzunmüddətli və qısamüddətli planların qarşılıqlı əlaqələndirilməsi yolu ilə təmin edilir;
- 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;

144 353. Plan nədir?

- 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.
- uzun müddət üçün müəyyən edilmiş, stabil iqtisadi göstəricilərə və bu göstəricilərin artımına nail olmağa imkan verən istiqamətlərin, fəaliyyət qaydaları və normalarının məcmusudur;
- müəssisənin inkişafı üçün zəruri olan sənədlərin məjmusudur;
- məqsədi, məzmunu, həcmi, metodları, ardıcılığını, icra olunma vaxtı göstərilməklə müəyyən bir dövr üçün yerinə yetirilməsi nəzərdə tutulan iş və tapşırıqların məcmusunu özündə əks etdirən sənəddir;
- dövlət və təsərrüfat subyektləri tərəfindən müəyyən dövr ərzində icrası nəzərdə tutulan təsərrüfat tədbirləri üzrə məqsəd və vəzifələrin, icra sənədlərinin məcmusudur;

145 352. SWOT (GZİT) təhlili strateji planlaşdırmanın hansı mərhələsində təşkil olunur?

- 5-ci
- 2-ci
- 1-ci
- 3-cü
- 4-cü

146 351. Mikromühit analizi strateji planlaşdırmanın hansı mərhələsində təşkil olunur?

- 3-cü
- 1-ci
- 5-ci
- 4-cü
- 2-ci

147 350. Daxili mühit analizi strateji planlaşdırmanın hansı mərhələsində təşkil olunur?

- heç birində
- 3-cü
- 2-ci
- 1-ci
- 4-cü

148 349. Aşağıdakılardan hansı müəssisənin inkişaf planının bölmələrinə aid deyil?

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

149 348. Planlaşdırmanın iyerarxiyası əlamətinə görə planlar hansı növlərə bölünür?

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

150 347. Aşağıdakılardan hansı planlaşdırmanın metodlarına aiddir?

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

151 346. Aşağıdakılardan hansı müəssisənin maliyyə planında nəzərə alınmır?

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

152 345. Aşağıdakılardan hansı müəssisədə planlaşdırmanın metodlarına aid deyil?

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

153 344. Aşağıdakı əlamətlərdən hansından planların növlərini təsnifləşdirərkən istifadə edilmir?

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

154 343. Aşağıdakılardan hansı müəssisənin fəaliyyətinin planlaşdırılması prinsiplərinə aid olunmur?

- prioritetlərin müəyyən olunması prinsipi;
- stabillik prinsipi;
- komplekslik prinsipi;
- paralellik prinsipi;
- qənaətlilik prinsipi;

155 342. Aşağıdakılardan hansı strateji analizdə istifadə edilən təhlil metodu deyil?

- SWOT-analiz.
- SNW-analiz;
- PESTLE-analiz;
- makroiqtisadi analiz;
- beşmarkinq;

156 341. Aşağıdakılardan hansı firmanın inkişaf strategiyasının işlənilməsi üçün aparılan strateji analizə aid deyil?

- Daxili mühitin analizi;
- Səhə analizi;
- Xarici mühitin (makromühitin) analizi;
- İmtina edilmiş strategiyaların analizi.
- Rəqabət analizi;

157 340. Aşağıdakılardan hansı strateji planlaşdırmanın dördüncü mərhələsində həyata keçirilən fəaliyyətlərə aid deyil?

- Nəticələrin və nəticələr üzrə kənarlaşmaların qiymətləndirilməsi qaydası işlənilir.

- Məqsəd və hədəflərə nail olma (çatma) üsulları və vasitələri müəyyən edilir;
- Hesabatlılıq və monitorinq üsulları müəyyən edilir;
- Aralıq (mərhələlər və fəaliyyətlər üzrə) və son nəticələr üzrə göstəricilər dəqiqləşdirilir;
- Nəticələrin ölçülməsi üsulları və qaydaları dəqiqləşdirilir;

158 339. Strateji planlaşdırmanın dördüncü mərhələsində:

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

159 338. Aşağıdakılardan hansı strateji planlaşdırmanın üçüncü mərhələsində həyata keçirilən fəaliyyətlərə aid deyil?

- Fəaliyyətlərin büdcəsi və maliyyələşdirmə mənbələri müəyyən edilir.
- Hesabatlılıq sistemi müəyyən edilir;
- Məqsəd və hədəflərə nail olma (çatma) üsulları və vasitələri müəyyən edilir;
- Detallı iş planları və fəaliyyət proqramı hazırlanır;
- Məsrəflər (xərclər) qiymətləndirilir;

160 337. Strateji planlaşdırmanın üçüncü mərhələsində yerinə yetirilən başlıca işlər hansılardır?

- Fəaliyyətlərin izlənilməsi və nəticələrin qiymətləndirilməsi indikatorları (göstəriciləri) və üsulları işlənir.
- 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;
- Firmanın mövcud vəziyyətinin – onun fəaliyyətinin xarici və daxili mühit amillərinin – analizi aparılır;

161 336. Aşağıdakılardan hansı strateji planlaşdırmanın ikinci mərhələsi ilə bağlı deyil?

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

162 335. Strateji planlaşdırmanın ikinci mərhələsi hansı işləri əhatə edir?

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

163 334. Strateji planlaşdırma prosesində firmanın fəaliyyət mühitinin qiymətləndirilməsi zamanı tətbiq edilən spesifik təhlil üsulları hansılardır?

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

164 333. Aşağıdakılardan hansı firmanın mövcud vəziyyətinin analizi (təhlili) ilə bağlı deyil?

- firmanın fəaliyyətinin xarici (makro) mühitinin təhlili;

- firmanın strateji məqsəd və hədəflərinin analizi;
- firmanın fəaliyyətinin daxili mühitinin təhlili.
- sahənin inkişaf mərhələsinin analizi;
- firmanın fəaliyyət göstərdiyi sahədə rəqabətin təhlili;

165 332. Strateji planlaşdırmanın birinci mərhələsində:

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

166 331. Aşağıdakı suallardan biri strateji planlaşdırmanın elementi deyil:

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

167 330. Aşağıdakılardan hansı biri strateji planlaşdırmanın məqsədinə xas xarakteristika hesab edilmir?

- müəyyən zaman intervalına dəqiq istiqamətlənmiş olması;
- rəqiblərin mənafeləri ilə əlaqələndirilmiş olması.
- firmanın resursları və vəzifələri ilə əlaqələndirilmiş olması;
- ünvanlı və nəzarət edilə bilən olması;
- konkret və dəqiq ölçülə bilən olması;

168 329. Strateji planlaşdırma ilə bağlı aşağıda qeyd edilən əlamətlərdən hansı yanlıştır?

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

169 328. Aşağıdakılardan hansını strateji planlaşdırmaya qarşı qoyulan tələblərə aid etmək olmaz?

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

170 80. Strategiyanın reallaşdırılması üzrə monitoring və hesabatlılıq göstəriciləri kimin istifadəsi üçün hazırlanır?

- bunların hamısı üçün
- maliyyə nəzarəti qurumları üçün
- dövlət qurumları üçün
- firmanın rəhbərliyi və müvafiq səlahiyyətli bölmələri üçün
- rəqib firmalar üçün

171 79. Aşağıdakı fəaliyyətlərdən hansı strateji planlaşdırmanın dördüncü mərhələsində həyata keçirilir

- kənarlaşmaların aradan qaldırılması üzrə tövsiyələr hazırlanır
- nəticələr dəqiqləşdirilir və qiymətləndirilir
- dövlət qurumları qarşısında hesabatlılıq və monitoring üsulları müəyyən edilir

- strategiyanın reallaşdırılması mərhələləri və fəaliyyətləri üzrə izləmə, son nəticələr üzrə qiymətləndirmə göstəriciləri işlənir
- əldə olunan real nəticələrlə arzu olunan nəticələrin müqayisəsi aparılır və kənarlaşmalar müəyyən edilir

172 78. Aşağıdakılardan hansı strateji planlaşdırmanın dördüncü mərhələsində həyata keçirilən fəaliyyətlərə aiddir

- strategiyanın reallaşdırılması nəticələri qiymətləndirilir
- strategiyanın reallaşdırılması üzrə fəaliyyətlərin büdcəsi və maliyyələşdirmə mənbələri müəyyən edilir
- məqsəd və hədəflərə nail olma (çatma) üsulları və vasitələri müəyyən edilir
- məticələrin ölçülməsi üsulları və qaydaları dəqiqləşdirilir
- strategiyanın reallaşdırılması ilə bağlı müvafiq dövlət qurumları məlumatlandırılır

173 77. Aşağıdakılardan hansı strateji planlaşdırmanın üçüncü mərhələsində həyata keçirilən fəaliyyətlərə aiddir?

- strategiyanın reallaşdırılması ilə bağlı müvafiq dövlət qurumları məlumatlandırılır
- uçot və hesabatlılıq sistemi işlənir
- firmanın məqsəd və hədəfləri müəyyən edilir
- strategiyanın reallaşdırılması üzrə fəaliyyətlərin büdcəsi və maliyyələşdirmə mənbələri müəyyən edilir
- strategiyanın reallaşdırılması üçün tərəfdaşlarla müqavilələr imzalanır

174 76. Aşağıdakılardan hansı strateji planlaşdırmanın üçüncü mərhələsində həyata keçirilən fəaliyyətlərə aid deyil?

- fəaliyyətlərin büdcəsi və maliyyələşdirmə mənbələri müəyyən edilir
- detallı iş planları və fəaliyyət proqramı hazırlanır
- məqsəd və hədəflərə nail olma (çatma) üsulları və vasitələri müəyyən edilir
- firmanın məqsəd və hədəfləri müəyyən edilir
- məsrəflər (xərclər) qiymətləndirilir

175 75. Strateji planlaşdırmanın üçüncü mərhələsinin əsas sualı hansıdır?

- arzu etdiyimiz vəziyyəti necə qiymətləndirmək olar?
- rəqiblər nəyə nail olmaq istəyirlər?
- rəqib firmaların vəziyyəti necə dəyişəcək?
- arzu etdiyimiz vəziyyətə necə nail ola bilərik?
- biz rəqiblərlə necə mübarizə apara bilərik?

176 74. Firmanın missiyası strateji planlaşdırmanın hansı mərhələsində hazıranır?

- bu, strateji planlaşdırmaya aid olan məsələ deyil
- üçüncü
- birinci
- ikinci
- dördüncü

177 73. Strateji idarəetməni tətbiq edən firma özünün fəaliyyətini bundan çıxış edərək planlaşdırır:

- mühit dəyişsə də firmanın vəziyyəti və fəaliyyəti dəyişməməlidir
- XXI əsrin əvvəllərində
- XX əsrin 90-cı illərində
- XX əsrin 50-ci illərində
- 57. Strateji menecment nə vaxt meydana gəlib?

178 72. Aşağıdakılardan hansı strateji planlaşdırmanın mərhələsi deyil?

- strateji planının icrasına nəzarət və nəticələrin qiymətləndirilməsi mexanizmlərinin şlənilməsi
- bazar liderliyinə nail olmağı

- fəaliyyət mühitinin təhlili
- strateji planın icrası
- 56. Strateji planlaşdırma nə vaxt meydana çıxıb?

179 71. Aşağıdakılardan hansı strateji planlaşdırmanın ikinci mərhələsinə aid deyil?

- məqsədə uyğun hədəf və vəzifələrin dəqiqləşdirilməsi
- firmanın strateji baxışının formalaşdırılması
- firmanın missiyasının işlənilməsi
- strateji planının icrası üçün zəruri resursların hesablanması
- firmanın məqsədinin formalaşdırılması

180 70. Aşağıdakılardan hansı firmanın mövcud vəziyyətinin təhlili ilə bağlı ola bilər?

- firmanın strateji məqsəd və hədəflərinin təhlili
- firmanın inkişaf vektorunun işlənilməsi
- firmanın strateji planının icrasına nəzarət mexanizminin işlənilməsi
- firmanın resurslarından istifadənin qiymətləndirilməsi
- firmanın həyata keçirməli fəaliyyətlərinin funksional təhlili

181 69. Aşağıdakılardan hansı strateji planlaşdırmanın birinci mərhələsində həyata keçirilir?

- firmanın dövlət büdcəsinə və başqa tərəfdaşlara borclarının məbləği dəqiqləşdirilir
- firmanın malik olduğu maddi, maliyyə və insan resurslarının siyahısı tutulur
- firmanın hüquqi statusu və mülkiyyət sahibliyi dəqiqləşdirilir
- firmanın mövcud vəziyyəti (xarici və daxili mühit amillərinin) təhlil olunur
- firmanın mövcud və potensial rəqiblərinin siyahısı tutulur

182 68. Aşağıdakı suallardan hansı strateji planlaşdırmanın əsas suallarından hesab olunur?

- Arzu etdiyimiz vəziyyətə nail olmasaq nə baş verər?
- Mühitdə gözlənilən dəyişikliklər firmaya necə təsir edə bilər?
- Firmanın fəaliyyət mühiti necə dəyişir?
- Arzu etdiyimiz vəziyyətə necə nail ola bilərik?
- Rəqiblərimizin durumu indi necədir?

183 67. Aşağıdakı suallardan hansı strateji planlaşdırmanın elementi deyil?

- Nəticələri necə izləyə və qiymətləndirə bilərik?
- Biz nəyə nail olmaq (yaxud harada olmağı) istəyirik?
- Biz hazırda haradayıq?
- Rəqiblərimiz nəyə nail olmaq istəyirlər?
- Arzu etdiyimiz vəziyyətə necə nail ola bilərik?

184 66. Aşağıdakı suallardan hansı strateji planlaşdırmanın elementi deyil?

- Nəticələri necə izləyə və qiymətləndirə bilərik?
- Biz nəyə nail olmaq (yaxud harada olmağı) istəyirik?
- Biz hazırda haradayıq?
- Arzu olunan nəticəni əldə etməmişikse, neyləməliyik?
- Arzu etdiyimiz vəziyyətə necə nail ola bilərik?

185 65. Aşağıdakılardan hansı strateji planlaşdırmanın xarakterik əlaməti deyildir?

- həyata keçirilmə səviyyəsini qiymətləndirə bilmək üçün indikatorlara malik olur
- strateji planın icrası üçün zəruri resursların dəqiqləşdirilməsinə əsaslanır
- dəyişən mühit şəraitində firmanın inkişaf vektorunu əks etdirir
- sabit mühit və sabit şərtlər daxilində firmanın inkişaf istiqamətini göstərir
- vəzifələr və icra mərhələləri dəqiq göstərilir

186 64. Aşağıdakılardan hansı strateji planlaşdırmanın xarakterik əlaməti deyildir?

- xarici və daxili mühitin analizindən başlayır
- firmanın inkişafı ilə bağlı mühüm ideyaları əks olunur
- konkret bir dövr üçün nəzərdə tutulur
- qısamüddətli dövr üçün nəzərdə tutulur
- digər planlar üçün baza rolunda çıxış edir

187 63. Ansoffun fikrincə, “strateji planlaşdırma – bu, planlar üzrə idarəetmədir, strateji menecment – bu, ...” Ansoffun fikrini tamamlayın.

- mərhələlər üzrə idarəetmədir
- proqnozlar üzrə idarəetmədir
- proqramlar üzrə idarəetmədir
- nəticələr üzrə idarəetmədir
- layihələr üzrə idarəetmədir

188 62. Strateji planlaşdırma, hər şeydən əvvəl, ... :

- resursların planlaşdırılmasıdır
- rəqabət strategiyasıdır
- rəqiblərin öyrənilməsidir
- nəticələrin planlaşdırılmasıdır
- rəqabət üstünlüyüdür

189 61. Strateji idarəetmə - bu, ...

- proqnozlar üzrə idarəetmədir
- resurslar üzrə idarəetmədir
- planlar üzrə idarəetmədir
- nəticələr üzrə idarəetmədir
- kadrlar üzrə idarəetmədir

190 60. Hansı daha geniş anlayışdır?

- istehsal menecmenti
- uzunmüddətli planlaşdırma
- strateji planlaşdırma
- strateji idarəetmə
- operativ idarəetmə

191 59. Aşağıdakılardan hansı biri strateji planlaşdırmanın məqsədinə xas əlamət deyildir?

- konkret və dəqiq ölçülə bilən olması
- nəzarət edilə bilən olması;
- müəyyən zaman intervalı üçün nəzərdə tutulması
- qeyri-müəyyən və yaygın olması
- konkret vəzifələrlə əlaqələndirilmiş olması

192 58. Aşağıdakılardan hansını strateji planlaşdırmaya qarşı qoyulan tələblərə aid etmək olmaz?

- qarşıya qoyulan məqsədə istiqamətlidir
- dinamikdir
- hesabatlılığı nəzərdə tutan bir sistemdir
- tamamilə resurslara yönəlik bir sistemdir
- son nəticənin əldə edilməsinə istiqamətləndirilmişdir

193 57. Strateji menecment nə vaxt meydana gəlir?

- XXI əsrin əvvəllərində
- XX əsrin 50-ci illərində
- XX ərin 30-cu illərində
- XX əsrin 90-cı illərində
- XX əsrin 70-ci illərində

194 56. Strategi planlaşdırma nə vaxt meydana çıxıb?

- XX ərin 30-cu illərində
- XX əsrin 50-ci illərində
- XX əsrin 90-cı illərində
- XXI əsrin əvvəllərində
- XX əsrin 70-ci illərində

195 435. "Porterin beş qüvvəsi"indən hansının rəqabətə təsiri daha az hesaba gələndir?

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

196 434. Rəqabət haqqında aşağıdakı fikirlərdən hansı yanlıştır?

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

197 433. Aşağıdakı şərtlərdən hansı cəmiyyətdə rəqabət mədəniyyətinin inkişaf etdiyini göstərir?

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

198 432. Rəqabətdə qalibləri müəyyən edən:

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

199 431. Rəqabət iştirakçıları arasında fərqləndirmə və ya ayrışeçkili hansı formada ola bilər?

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

200 430. Aşağıdakı fikirlərdən hansı yanlıştır?

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

201 429. Təməl insan haqqlarının və azadlıqların təminat altına alınmasının rəqabət üçün əhəmiyyəti kimi aşağıda qeyd edilən fikirlərdən hansı yanlıştır?

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

202 428. Rəqabət nədir?

- 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
- 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
- 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
- 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

203 427. Rəqabətin baş verməsi üçün aşağıdakılardan hansı önəmlidir?

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

204 426. Rəqabət iştirakçılarının məqsədlərinin toqquşması nə deməkdir?

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

205 425. İqtisadiyyatda olan rəqabətin cəmiyyət üçün faydası nədir?

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

206 424. Aşağıdakılardan hansı haqsız rəqabət hesab edilir?

- hiylə işlədilməsi və başqa bu kimi hallar

- üstün mövqedən sui istifadə edilməsi
- rəqiblərin mübarizəyə girişinin əngəllənməsi və ya zorla oyundan kənarlaşdırılması
- bütün qeyd edilənlər
- rəqiblər arasında anlaşma əldə edilməsi

207 423. İqtisadi sahədə təminat altına alınmalı təməl insan haqqları və azadlıqlarına aiddir:

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

208 422. Rəqabətin baş verməsi üçün bu, o qədər də önəmli deyil:

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

209 421. Eyni sahədə rəqabət aparan firmaların məqsədləri hansı məsələdə toqquşa bilər?

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

210 420. Rəqabət iştirakçılarının məqsədləri toqquşduqda:

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

211 419. Aşağıdakılardan hansı rəqabətin baş verməsinə imkan verməz?

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

212 418. Aşağıdakılardan hansı rəqabətin baş verməsi üçün zəruri şərtidir?

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

213 417. Aşağıdakılardan hansı rəqabətin baş verməsi üçün zəruri şərtidir?

- iştirakçıların hamısı üçün eyni olan və hamının əməl etdiyi qaydaların olması
- iştirakçıların hamısının əldə etmək istədikləri məhdud miqdarda müküfat (mənfəət, gəlir, bazar payı və başqa formalarda mükafat) uğrunda aparılması
- firmaların məqsədlərinin toqquşması

- bunların hamısı
- iştirakçıların sayının kifayət qədər çox olması

214 416. Firmalar arasında rəqabət nə zaman yaranır?

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

215 415. Firmalar arasında olan rəqabətdən aşağıdakılardan hansının heç bir faydası olmur?

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

216 414. Rəqabət hansı firmalar arasında gedə bilər?

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

217 413. Hansı səviyyədə rəqabətqabiliyyətlik firmanın inkişafı üçün daha önəmlidir?

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

218 412. Aşağıdakılardan hansını rəqabətin aydın başa düşülməsi üçün yaxşı nümunə hesab etmək olar?

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

219 411. Firmalar arasındakı rəqabətə dövlətin münasibəti necə olmalıdır?

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

220 410. Firmalar arasında rəqabət hansı halda daha güclü olur?

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

221 409. "Rəqabət" anlayışının belə bir məzmunu yoxdur:

- mədəni
- siyasi
- iqtisadi
- ekoloji
- sosial

222 408. Sahə daxilindəki firmalar arasında rəqabət nə uğrunda aparılır?

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

223 407. Bazar iqtisadiyyatı şəraitində dövlətin iqtisadi sahədə əsas funksiyası nədir?

- istehsal həcmlərinin tənzimlənməsi
- istehlakın müəyyən edilməsi
- istehsalın planlaşdırılması
- iqtisadiyyatın tənzimlənməsi
- firmaların idarə edilməsi

224 406. Bazar iqtisadi modelinin uğur qazanması üçün mal və xidmət bazarlarında nəyin olması başlıca şərtidir?

- əmək bölgüsünün
- kooperasiyanın
- ixtisaslaşmanın
- rəqabətin
- diversifikasiyanın

225 405. Aşağıdakılardan hansı alıcıların qiymət həssaslığı amili hesab edilir?

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

226 404. Aşağıdakılardan hansı alıcıların qiymət həssaslığı amili hesab edilmir?

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

227 403. Aşağıdakılardan hansı alıcıların bazar hakimiyyəti amilidir?

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

228 402. Aşağıdakılardan hansı alıcıların bazar hakimiyyəti amili deyil?

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

229 401. Aşağıdakılardan hansı sahə daxilində mövcud rəqiblərin bazar rəqabəti amilidir?

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

230 400. Aşağıdakılardan hansı biri sahə daxilində mövcud rəqiblərin bazar rəqabəti amili deyil?

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

231 399. Sahədə mövcud şirkətlər arasında rəqabətin intensivliyi rəqiblərin aşağıdakı göstəriciləri hansı fəallıqla dəyişməsi cəhdlərindən asılıdır:

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

232 398. Tədarükçülərin bazar hakimiyyəti haqqında aşağıdakı fikirlərdən hansı yanlıştır?

- tədarükçünün göndərdiyi malların əvəzediciləri az olduqda və ya heç olmadıqda, habelə alıcı şirkət üçün mühüm əhəmiyyət kəsb etdikdə tədarükçünün daha güclü təzyiqli göstərmək imkanı yaranır.
- Tədarükçülərin gücü tədarük şərtlərinin (qiymət və keyfiyyət) dəyişdirilməsi istiqamətində istehlakçılara (bazar iştirakçılarına) təzyiqli göstərmək qabiliyyətindən asılıdır;
- Tədarükçülər müqavilələrin bağlanması zamanı qiymətlərin qaldırılması yaxud göndərilən malın keyfiyyətinin azaldılması yolu ilə bazar iştirakçılarına təzyiqli göstərir;
- tədarükçünün göndərdiyi malların əvəzediciləri az olduqda və ya heç olmadıqda, habelə alıcı şirkət üçün mühüm əhəmiyyət kəsb etdikdə tədarükçünün şirkətə təzyiqli göstərmək imkanı azalır;
- Tədarükçülərin təzyiqinin səviyyəsi sahədə istehlakçılarla tədarükçülərin qarşılıqlı fəaliyyət səviyyəsindən asılıdır;

233 397. Aşağıdakılardan hansı tədarükçülərin bazar hakimiyyətini müəyyən edən amil hesab edilir?

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

234 396. Aşağıdakılardan hansı tədarükçülərin bazar hakimiyyətini müəyyən edən amil deyil?

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

235 395. Aşağıdakılardan hansı bazara giriş maneələrini yaradan zəmin hesab edilir?

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

236 394. Aşağıdakılardan hansı bazara giriş maneələrini yaradan zəmin hesab edilmir?

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

237 392. Əvəzedici məhsullar nə zaman firma üçün rəqabət təhlükəsi yaratmır?

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

238 391. Aşağıdakılardan hansı “Porterin beş qüvvəsi” modelində göstərilən rəqabət amili deyil?

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

239 390. Aşağıdakılardan hansı “rəqabətin hərəkətverici qüvvələri” modelində göstərilən rəqabət amilidir?

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

240 389. Aşağıdakılardan hansı biri “rəqabətin hərəkətverici qüvvələri” modelində göstərilən rəqabət amili deyil?

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

241 388. “Rəqabətin hərəkətverici qüvvələri” modeli strateji planlaşdırmada nə üçün istifadə olunur?

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

242 387. “Rəqabətin hərəkətverici qüvvələri” modeli başqa nə cür adlandırılır?

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

243 386. “Rəqabətin hərəkətverici qüvvələri” modelini kim təklif edib?

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

244 385. Sahə analizi ilə bağlı söylənilən aşağıdakı fikirlərdən hansı yanlışıdır?

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

245 384. Sahənin başlıca hərəkətverici qüvvələrinin müəyyən edilməsi zamanı aşağıdakı amillərdən hansı mühüm əhəmiyyət kəsb etmir?

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

246 383. Aşağıdakı amillərin hansının təhlili sahənin başlıca hərəkətverici qüvvələrini aşkara çıxarmağa imkan verə bilər?

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

247 382. Sahənin başlıca hərəkətverici qüvvələri hansı amillərin təhlili əsasında müəyyən edilə bilər?

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

248 381. Aşağıdakılardan hansı sahənin hakim iqtisadi xarakteristikalarının müəyyən edilməsi parametri deyil?

- Sahəyə yeni firmaların daxil olması imkanları.
- Məhsulun differensiasiya səviyyəsi;
- Sahədə firmaların sayı və onların bazar payı;

- İctimai dəyərlərin və həyat tərzinin dəyişiklikləri;
- Məhsulun xarakteristikası;

249 380. Sahənin hakim iqtisadi xarakteristikaları hansı parametrlərin təhlili əsasında müəyyən edilir?

- Sahənin inkişaf templəri;
- Sahədə miqyas artımından və şirkətin təcrübəsindən əldə edilən qənaət;
- Daimi xərclərin səviyyəsi;
- Sahədə mənfəət norması;
- Bunların hamısı.

250 379. Sahədə rəqabətin inkişaf mərhələsi qiymətləndirilərkən aşağıdakı meyarların hansından istifadə edilmir?

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

251 377. İnkişaf strategiyasının işlənilməsi zamanı sahə təhlili nə üçün aparılır?

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

252 376. İqtisadiyyat (sənaye) sahəsi nədir?

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

253 375. Aşağıdakılardan hansı firmanın fəaliyyətinə təsir göstərən ekoloji mühit amili hesab edilmir?

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

254 374. Firmanın fəaliyyət (xarici) mühitinə təsir göstərən sosial amillərə aşağıdakılar aiddir:

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

255 373. Firmanın fəaliyyətinin makromühitini müəyyən edən texnoloji mühit amilləri hansılardır?

- mülkiyyətin hüquqi qorunması, mülki, ticarət və investisiya qanunvericiliyində dəyişikliklər, vergi və gömrük rejimi, lisenziyalaşdırma sistemi, məhkəmə sistemi.
- ÜDM-in dinamikası, inflyasiya, milli valyutanın məzənnəsi, Mərkəzi Bankın uçot dərəcəsi, məşğulluğun dinamikası, bazar tsiklləri;
- Ölkədə prezident seçkiləri, parlament seçkiləri, beynəlxalq təşkilatlara üzvolma, regional inteqrasiya, iqtisadiyyatın dövlət tənzimlənməsi;
- 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;

256 372. Aşağıdakılardan hansı biznes üçün əlverişli hüquqi mühitə qarşı qoyulan tələblər sırasında deyil?

- Müstəqil və ədalətli məhkəmə sistemi.
- Qanun qarşısında hamının bərabərliyi;
- Hüququn üstünlüyü – bütün hadisə və proseslərin qanunla tənzimlənməsi;
- Proseslərin çevikliyinin təmin edilməsi üçün qanunvericiliyin tənzimləyə bilmədiyi münasibətlərin icra hakimiyyəti strukturlarının ixtiyarına verilməsi;
- Mülkiyyət toxunulmazlığına zəmanət;

257 371. Firmanın fəaliyyətinin makromühitini müəyyən edən hüquqi amillər hansılardır?

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

258 370. Aşağıdakılardan hansı firmanın fəaliyyətinə təsir göstərən iqtisadi mühit amili hesab edilmir?

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

259 369. Firmanın fəaliyyətinin makromühitini müəyyən edən iqtisadi amillər hansılardır?

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

260 368. Aşağıdakılardan hansı firmanın fəaliyyətinə təsir göstərən siyasi mühit amili sayılmır?

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

261 367. Firmanın fəaliyyətinin makromühitini müəyyən edən siyasi amillər hansılardır?

- ETT-nin inkişaf meylləri, ETLKİ, innovasiyalar, yeni məhsullar, yeni patentlər və s.;

- Ölkədə prezident seçkiləri, parlament seçkiləri, beynəlxalq təşkilatlara üzvolma, regional inteqrasiya, iqtisadiyyatın dövlət tənzimlənməsi;
- mülki, ticarət və investisiya qanunvericiliyində dəyişikliklər, vergi və gömrük rejimi, lisenziyalaşdırma sistemi, məhkəmə sistemi.
- cəmiyyətin əsas (milli) dəyərləri, həyat tərzinin dəyişiklikləri, əməyə və istirahətə münasibət, demoqrafik dəyişikliklər, dini amillər, vətəndaş cəmiyyətinin təsirləri;
- ÜDM-in dinamikası, inflyasiya, milli valyutanın məzənnəsi, Mərkəzi Bankın uçot dərəcəsi, məşğulluğun dinamikası, bazar tsiklləri;

262 366. Aşağıdakı suallardan hansına makromühit (PESTLE) analizi çərçivəsində cavab axtarılır?

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

263 365. PESTLE akronimində “elmi-texniki və texnoloji mühit” hansı hərflə işarə edilir?

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

264 364. PESTLE akronimində “P” nəyi əks etdirir?

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

265 363. Aşağıdakı amillərdən hansı biri PESTLE analizinin predmeti deyil?

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

266 362. Strateji planlaşdırma prosesində PESTLE analiz nə üçün tətbiq edilir?

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

267 361. Firmanın fəaliyyətinin xarici mühitinin (makromühitin) təhlili və qiymətləndirilməsi zamanı hansı təhlil aləti tətbiq olunur?

- makroiqtisadi təhlil.
- PESTLE-analiz;
- SWOT-analiz;
- SNW-analiz;
- beşçmarkinq;

268 360. Firmanın fəaliyyətinin xarici mühiti (makromühiti) aşağıdakı əlamətlərə malikdir:

- makromühit hər bir şirkət üçün spesifik şərtləri əks etdirir, lakin şirkət həmin şərtlərə birbaşa təsir göstərmək imkanında olmur.
- 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;

269 359. Aşağıdakılardan biri firmanın fəaliyyətinin makromühit amilləri sırasına aid deyil. Bu hansıdır?

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

270 112. Aşağıdakılardan hansı sahənin yetkinlik mərhələsinin əlamətidir?

- məhsul istehsalçıları olan rəqib firmalar arasında bazar mövqeyini (payını) saxlamaq uğrunda mübarizə güclənir
- məhsula tələbat azalır, bir sıra rəqiblər sahəni tərk edir
- məhsul hələ differensiallaşmamış (zövqlərə və istəklərə uyğun fərqləndirilməmiş) olur
- məhsul istehlakçılarının sayı sürətlə azalır
- rəqiblərin sayı ən aşağı həddə olur

271 111. Aşağıdakılardan hansı sahənin böyümə mərhələsinin əlamətidir?

- məhsul istehsalçıları olan rəqib firmalar arasında bazar mövqeyini (payını) saxlamaq uğrunda mübarizə güclənir
- firmaların sahəni tərk etmə tempi yüksəlir
- istehlakçılar məhsulu yaxşı tanımadığından alışırlar ilkin və ya sınaq-yoxlama xarakteri daşıyır
- məhsul istehlakçılarının sayı maksimum həddə olur
- satışlar artdıqca və sahədə mənfəət norması yüksək olduğundan məhsul istehsalçısı olan rəqiblərin sayının artması baş verir

272 110. Aşağıdakılardan hansı sahənin formalaşması mərhələsinin əlamətidir?

- bir sıra rəqiblər sahəni tərk etdikcə sahə tədricən kiçilir
- məhsula tələbat azalır
- firmanın məhsulunun istehlakçılarının sayının çox olması
- firmanın rəqiblərinin sayının az olması
- satışlar artdıqca və sahədə mənfəət norması yüksək olduğundan məhsul istehsalçısı olan rəqiblərin sayının artması baş verir

273 109. Xarici iqtisadi mühitin təhlili zamanı aşağıdakı suallardan hansına cavab axtarıla bilər?

- gözlənilən əsas iqtisadi proseslər biznesin perspektivlərinə necə təsir göstərə bilər?
- əhalinin həyat səviyyəsi necə dəyişəcək?
- şirkətin fəaliyyətinə təsir göstərə biləcək başlıca siyasi meyllər hansılardır?
- ekoloji prosesləri tənzimləyən qanunvericilikdə baş verən dəyişikliklər biznesə necə təsir edər?
- elmi tədqiqatlara dövlətin xərcləri artacaq mı?

274 108. Aşağıdakılardan hansı sahənin başlıca hərəkətverici qüvvələrini aşkara çıxarmağa imkan verə bilər?

- sahənin və sahədə rəqabətin qloballaşma səviyyəsi
- demoqrafik durumda dəyişikliklər
- infrastruktur sahəsində dövlət siyasəti
- ölkədə ÜDM-in artım dinamikası

- dövlətin ətraf-mühit siyasəti və tətbiq etdiyi ekoloji standartlar

275 107. “Rəqabətin hərəkətverici qüvvələri” modeli nəyi aşkarlamağa imkan verir?

- firmanın güclü və zəif tərəflərini
 ölkənin siyasi həyatında gözlənilən dəyişiklikləri
 sahədə rəqabətin intensivlik səviyyəsini
 firmanın inkişafı üçün imkan və təhlükələri
 firmanın sahə daxilində rəqabət mövqeyini

276 106. PESTEL təhlili nəyi aşkarlamağa imkan verir?

- ictimai həyatda dəyərlərin və həyat tərzinin dəyişikliklərini
 rəqabət amillərinin təsir dərəcəsini
 sahədə rəqabətin intensivlik səviyyəsi
 firmanın inkişafı üçün imkan və təhlükələri
 sahədə firmaların sayını və onların bazar payını

277 105. Aşağıdakılardan hansı biznesin strateji planlaşdırılmasında istifadə edilən bir alət kimi PESTEL təhlilin problemləri sırasında deyil?

- informasiyanın çoxluğu və toplanması çətinliyi
 biznes mühitinin daha geniş qavranılması
 dəyişikliklərin sürəti
 informasiyanın müntəzəmliyi
 informasiyanın keyfiyyətinə əminliyin səviyyəsi

278 104. Aşağıdakılardan hansı PESTEL təhlilin üstünlükləri sırasında deyil?

- dəyişikliklərin sürəti
 gələcək imkan və təhlükələrin fərqləndirilməsi
 strateji düşüncənin inkişafı
 biznes mühitinin daha geniş qavranılması
 sadəlik

279 103. Aşağıdakılardan hansı biznesin strateji planlaşdırılmasında istifadə edilən bir alət kimi PESTEL təhlilin üstünlüyü hesab oluna bilər?

- informasiyanın keyfiyyətinə əminliyin səviyyəsi
 dəyişikliklərin sürəti
 informasiyanın müntəzəmliyi
 informasiyanın çoxluğu və toplanması çətinliyi
 strateji düşüncənin inkişafı

280 102. Porterin rəqabət amilləri modeli aşağıdakı suallardan hansına cavab verə bilməz?

- rəqabət güclərinə münasibətdə əsas rəqiblərimizin durumu necədir?
 mikromühitdə hansı güclər (amillər) rəqabətin səviyyəsinə təsir göstərir?
 rəqabət güclərinə necə təsir etmək olar?
 başqa sahələrlə müqayisədə bu sahə cəlbedicidirmi?
 makromühit amillərindən hansıları gələcəkdə necə dəyişəcək?

281 101. Porterin rəqabət amilləri modeli nə üçün tətbiq edilir?

- firmadaxili mühitin təhlili üçün
 sahədə rəqabət amillərinin təhlili üçün
 xarici mühitin təhlili üçün
 makromühitin təhlili üçün
 sahələrarası rəqabətin təhlili üçün

282 100. Firma üçün əhəmiyyətli olan aşağıdakı suallardan hansına PESTEL təhlilin nəticəsi cavab vermir?

- gələcəkdə bu amillərdən hansıları təşkilata daha çox təsir göstərəcək?
- bunlardan hansıları daha önəmlidir?
- makromühit amillərindən hansıları hazırda firmaya təsir göstərir?
- bu güclərə münasibətdə əsas rəqiblərimizin durumu necədir?
- gələcəkdə bunlardan hansıları və necə dəyişəcək?

283 99. PESTEL təhlili zamanı firma üçün əhəmiyyətli olan aşağıdakı suallardan hansına cavab axtarılır?

- başqa sahələrlə müqayisədə bu sahə cəlbedicidirmi?
- rəqabət güclərinə necə təsir etmək olar?
- mikromühitdə hansı güclər (amillər) rəqabətin səviyyəsinə təsir göstərir?
- makromühit amillərindən hansıları hazırda firmaya təsir göstərir?
- bu güclərə münasibətdə əsas rəqiblərimizin durumu necədir?

284 98. Aşağıdakılardan hansı biznes üçün əlverişli hüquqi mühitə qarşı qoyulan tələb sayıla bilməz?

- mülkiyyət toxunulmazlığına zəmanət
- hüququn üstünlüyü – bütün hadisə və proseslərin qanunla tənzimlənməsi
- qanunların çoxmənalı şərh oluna bilməsi və imperativ olmaması
- müstəqil və ədalətli məhkəmə sistemi
- qanun qarşısında hamının bərabərliyi

285 97. Xarici mühitin qeyri-müəyyənlik matrisində aşağıdakı variantlardan hansı ola bilməz?

- mürəkkəb və qeyri-sabit mühit
- sadə və sabit mühit
- sadə və qeyri-sabit mühit
- mürəkkəb və təsirsiz mühit
- mürəkkəb və sabit mühit

286 96. Xarici mühitin qeyri-müəyyənliyinin təhlili üçün qurulan matrisin dəyişənləri hansılardır?

- mühitin sabitliyi və mühitin dəyişkənliyi
- mühitin böyüklüyü və mühitin variantlılığı
- mühitin mürəkkəbliyi və mühitin sabitliyi
- mühitin sabitliyi və mühitin qeyri-müəyyənliyi
- mühitin dəyişkənliyi və mühitin mürəkkəbliyi

287 95. Aşağıdakı amillərdən hansı xarici mühitin qeyri-müəyyənliyinin izahı ola bilməz?

- firmanın fəaliyyətlərinin uğuruna (uğursuzluğuna) mühitin təsirini dəqiq qiymətləndirmək olmur
- mühit amilləri barədə təşkilatın toplaya bildiyi informasiyalar tam etibarlı deyil
- mühit amilləri barədə təşkilatın toplaya bildiyi informasiyalar məhduddur
- xarici mühit haqqında toplanan məhdud informasiya qərar qəbul edilməsi prosesini asanlaşdırır
- belə məhdud informasiya şəraitində qəbul edilən qərarların nəticələrini dəqiq bilmək olmur

288 94. Xarici mühitin qeyri-müəyyənliyi nə ilə bağlıdır?

- bunların hamısı ilə
- xarici mühitin sadəliyi və dəyişkənliyi ilə
- xarici mühitin mürəkkəbliyi və sabitliyi ilə
- xarici mühitin mürəkkəbliyi və dəyişkənliyi ilə
- xarici mühitin sadəliyi və sabitliyi ilə

289 93. Xarici mühitin mühitin mütəhərriqliyi (dəyişkənliyi) nəyi ehtiva edir?

- xarici mühit amilləri çox geniş və əhatəlidir

- xarici mühit amilləri çox olsa da, bunların hər birinin firmaya təsiri çoxvariantlı ola bilməz, amma bunlar bir-birinə təsir göstərməklə müxtəlif kombinasiyalar yarada bilər
- xarici mühit amilləri çox olmaqla yanaşı, bunların hər birinin təsirləri çoxvariantlı ola bilər, həm də bunlar bir-birinə təsir göstərməklə müxtəlif kombinasiyalı təsirlər yaradır
- firmanın əhatə edən mühit amillərinin hər birində və mühitin özündə dəyişikliklər sürətlə baş verir
- xarici mühit amillərində baş verən sürətli dəyişiklikləri qiymətləndirmək olmur

290 92. Xarici mühitin mürəkkəbliyi dedikdə nə başa düşülür?

- xarici mühit amilləri ölçüyə gəlmir
- firmanın əhatə edən mühit amillərinin hər birində və mühitin özündə dəyişikliklər sürətlə baş verir
- xarici mühit amilləri çox geniş və əhatəlidir
- xarici mühit amilləri çox olmaqla yanaşı, bunların hər birinin təsirləri çoxvariantlı ola bilər, həm də bunlar bir-birinə təsir göstərməklə müxtəlif kombinasiyalı təsirlər yaradır
- xarici mühit amilləri çox olsa da, bunların hər birinin firmaya təsiri çoxvariantlı ola bilməz, amma bunlar bir-birinə təsir göstərməklə müxtəlif kombinasiyalar yarada bilər

291 91. Xarici mühitin həcmə böyüklüyü nəyi nəzərdə tutur?

- firmanın əhatə edən mühit amillərinin hər birində və mühitin özündə dəyişikliklər sürətlə baş verir
- xarici mühit amillərini qiymətləndirmək olmur
- xarici mühit amilləri ölçüyə gəlmir
- xarici mühit amilləri çox geniş və əhatəlidir
- xarici mühit amillərinin sayı yox, keyfiyyəti önəmlidir

292 90. Aşağıdakılardan hansı xarici mühitin əsas xarakteristikası hesab olunur?

- bunların heç biri
- mürəkkəblik
- həcmə böyüklük
- bunların hamısı
- mütəhərriklik (dəyişkənlik)

293 89. Aşağıdakılardan hansı firmanın fəaliyyətinin mikromühitinə aiddir?

- ümumi iqtisadi mühit
- sosial-mədəni mühit
- ekoloji mühit
- bazar mühiti
- texnoloji mühit

294 88. Aşağıdakılardan hansı firmanın fəaliyyətinin mikromühitinə aid deyil?

- firmanın təşkilati mədəniyyəti
- sahənin inkişaf mərhələsi
- sahə bazarı
- ekoloji mühit
- bazar rəqabəti amilləri

295 87. Aşağıdakılardan hansı firmanın fəaliyyətinin makromühitinə aid deyil?

- texnoloji mühit
- siyasi mühit
- ümumi iqtisadi mühit
- bazar mühiti
- sosial mühit

296 86. Aşağıdakılardan hansı firmanın fəaliyyətinin makromühitinə aiddir?

- firmanın təşkilati mədəniyyəti

- sahənin inkişaf mərhələsi
- sahə bazarı
- hüquqi mühit
- dəyər yaradılması zənciri

297 85. Firmanın fəaliyyətinin xarici mühiti təhlil zamanı necə qruplaşdırılır?

- sahə mühiti və sahələrarası mühit
- iqtisadi, siyasi, sosial-mədəni, təbii, elmi-texniki, texnoloji və ekoloji mühit
- oxşar mühit və fərqli mühit
- makromühit və mikromühit
- ölkədaxili və ölkəxarici mühit

298 84. Firmanın fəaliyyət mühiti təhlil zamanı necə qruplaşdırılır?

- ölkədaxili və ölkəxarici mühit
- oxşar mühit və fərqli mühit
- makromühit və mikromühit
- xarici mühit və daxili mühit
- yaxın ətraf və uzaq ətraf

299 83. Aşağıdakılardan hansı firmanın fəaliyyət mühitinin təhlili zamanı istifadə olunan əsas ümumi metodoloji prinsiplərdən deyil?

- firmanın spesifikliyinin nəzərə alınması prinsipi
- müqayisəli təhlil prinsipi
- dinamizm prinsipi
- ekspropolyasiya prinsipi
- kompleks analiz

300 82. Aşağıdakılardan hansı firmanın fəaliyyət mühitinin təhlili zamanı istifadə olunan əsas ümumi metodoloji prinsiplərdəndir?

- proporsionallıq prinsipi
- elmi abstraksiya prinsipi
- fasiləsizlik prinsipi
- müqayisəli təhlil prinsipi
- "beyin fırtınası" prinsipi

301 81. Firmanın fəaliyyət mühitinin təhlili zamanı istifadə olunan əsas ümumi metodoloji prinsiplər hansılardır?

- analiz və sintez, funksional dəyər analizi, firmanın spesifikliyinin nəzərə alınması prinsipi, sistemli yanaşma, səbəb-nəticə əlaqəsi prinsipi
- müşahidə prinsipi, "beyin fırtınası" prinsipi, sosial dialoq, sistemli yanaşma, dinamizm prinsipi
- rəqabətlik prinsipi, proporsionallıq prinsipi, fasiləsizlik prinsipi, dinamizm prinsipi
- dinamizm prinsipi, müqayisəli təhlil prinsipi, sistemli yanaşma, kompleks analiz, firmanın spesifikliyinin nəzərə alınması prinsipi
- firmanın spesifikliyinin nəzərə alınması prinsipi, elmi idarəetmə prinsipi, elmi abstraksiya metodu, təhlil və sintez, dinamizm prinsipi

302 466. Strateji baxış nədir?

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

303 465. Aşağıdakılardan hansı firmada istehsalın təşkilinin analizi ilə bağlı deyil?

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

304 464. Firmanın təşkilati mədəniyyətinin formalaşmasında idarəetmə təsirinin hansı üsullarına üstünlük verilir?

- iqtisadi üsullara;
- bunların heç birinə.
- bunların hamısına;
- inzibati üsullara;
- sosial-psixoloji üsullara;

305 463. Aşağıdakı əlamətlərdən hansı zəif təşkilati mədəniyyətinə malik firmaya xasdır?

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

306 462. Aşağıdakı suallardan hansı firmanın təşkilati mədəniyyətinin analizi ilə bağlı deyil?

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

307 461. Aşağıdakılardan hansı biri firmanın “güclü tərəf”i ola biləcək qeyri-maddi aktivləri sırasına aid deyil?

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

308 460. Aşağıdakılardan hansı firmanın “güclü tərəf”i sayılır?

- dəyərli təşkilati resurslar.
- təcrübə və bacarıqlar;
- istifadə olunmayan istehsal güclərinə malik olma;
- dəyərli maddi aktivlər;
- ixtisaslı və peçəkar kadrlar;

309 459. Firmanın “neytral tərəfləri” haqqında aşağıdakı fikirlərdən hansı yanlıştır?

- bunların hamısı.
- bu tərəflər üzrə firmanın rəqabət gücü rəqib şirkətlərin gücünə təqribən bərabərdir;
- 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;
- stratejiyanın reallaşdırılması zamanı vəziyyətdən asılı olaraq bunlar firmanın güclü yaxud zəif tərəflərinə çevrilə bilər;

310 458. Firmanın “zəif tərəfləri” onun mövqeyini nə zaman zəiflədir?

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

311 457. Aşağıdakılardan hansı firmanın “zəif tərəfi” kimi qəbul edilə bilməz?

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

312 456. Firmanın “güclü tərəfləri” dedikdə nə başa düşülür?

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

313 455. Firmanın daxili mühitinin analizi zamanı onun fəaliyyət parametrlərinin necə müqayisəsi aparılır?

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

314 454. Aşağıdakı parametrlərdən hansı biri firmanın daxili mühitinin analizində istifadə edilir?

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

315 453. Aşağıdakı parametrlərdən hansı biri firmanın daxili mühitinin analizində istifadə edilir?

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

316 452. Aşağıdakı parametrlərdən hansı biri firmanın daxili mühitinin analizində istifadə edilmir?

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

317 451. Aşağıdakı parametrlərdən hansı biri firmanın daxili mühitinin analizində istifadə edilmir?

- firmanın işçi heyətinin keyfiyyəti.
- firmanın marketing fəaliyyətinin səviyyəsi;

- firmada istehsalın təşkili səviyyəsi;
- firmanın əsas rəqiblərinin imici;
- firmada menecmentin keyfiyyəti;

318 450. Aşağıdakı parametrlərdən hansı biri firmanın daxili mühitinin analizində istifadə edilir?

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

319 449. Aşağıdakı parametrlərdən hansı biri firmanın daxili mühitinin analizində istifadə edilmir?

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

320 448. Aşağıdakı parametrlərdən hansı biri firmanın daxili mühitinin analizində istifadə edilmir?

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

321 447. SNW analiz nə üçün istifadə edilir?

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

322 446. Aşağıdakılardan hansı firmanın daxili mühitinin analizi alətidir?

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

323 444. Firmanın həlledici kompetensiyalarının (səriştələrinin) xüsusiyyəti kimi aşağıda göstərilənlərdən hansı biri yanlıştır?

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

324 443. Firmanın başlıca kompetensiyaları (səriştələri) dedikdə nə başa düşülür?

- firmanın güclü və zəif tərəfləri.
- firmanın son nəticələrə necə və nə qədər xərclə nail olunması;

- firmanın qarşıya qoyulan məqsədə nail olunma dərəcəsi;
- digər şirkətlərlə (rəqiblərlə) müqayisədə şirkətə rəqabət üstünlükləri vəzən imkan və resurslar;
- başqa firmalarla müqayisədə şirkətin bazar payını müəyyən edən amillər;

325 442. Firmada resursların mövcudluğunun analizi:

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

326 441. Firmanın resurslarının analizi və qiymətləndirilməsi aşağıdakılardan ibarətdir:

- resurs növlərinin amillər üzrə qiymətləndirilməsi, resurslardan istifadənin səmərəliliyinin və effektivliyinin analizi.
- firmanın resurslarının hərəkətinin və istifadəsinin analizi, firmanın məhsullarının satış kanallarının qiymətləndirilməsi;
- resursların əldə edilməsi mənbələrinin və xərclərinin analizi, resursların bölünməsi və hərəkətinin analizi;
- 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;

327 440. Firmanın daxili mühitinin strateji analizi aşağıdakılardan ibarətdir:

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

328 439. Bençmarkinq aşağıdakı parametrlərin hansıları üzrə aparılır?

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

329 438. Bençmarkinq barəsində aşağıda deyilən fikirlərdən hansı biri yanlıştır?

- Bençmarkinq – qabaqcıl şirkətlərin (rəqiblərin) bazardakı fəaliyyətlərini öyrənməyə və yaxşı təcrübələrdən faydalanmağa xidmət edir;
- 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.
- Bençmarkinq – firmanın fəaliyyətinin xarici mühit amillərinin təhlil etməklə firmanı gözləyən imkan və təhlükələri aşkara çıxarmağa imkan verir;

330 437. Bençmarkinq texnologiyası nə üçün tətbiq edilir?

- bazarda rəqabətin dinamikasını və 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.
- sahədə rəqabətin inkişaf mərhələsini qiymətləndirmək üçün;
- sahədə rəqabətin intensivlik səviyyəsini qiymətləndirmək üçün;

331 436. Bençmarkinq nədir? (01)

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

332 164. Aşağıdakı əlamətlərdən biri bazar mədəniyyət tipinə aid deyil:

- təşkilatın üslubu – sət şəkildə reallaşdırılan rəqabətqabiliyyətlilik xəttidir. Bunun üçün əməkdaşların fəallığı hər cür stimullaşdırılır
- son nəticələrə hədəflənmiş (yönləndirilmiş) təşkilatdır, onun başlıca qayğısı – qarşıya qoyulmuş vəzifənin yerinə yetirilməsidir
- effektivliyin meyarları - bazar payı, məqsədlərə nail olma və rəqiblərin uduzmasıdır
- lider - rasionall düşünən əlaqələndirici (koordinator) və təşkilatçıdır
- təşkilatın əməkdaşlarının aydın məqsədləri var və öz aralarında rəqabət aparırlar, hamının ümumi qayğısı uğur qazanmaq və etibardır (reputasiyadır)

333 163. Aşağıdakı əlamətlərdən biri bürokratik (ierarxik) mədəniyyət tipinə aid deyil:

- iş yerləri yüksək dərəcədə formallaşdırılıb və qurumsallaşdırılıb, burada insanları prosedurlar idarə edir (yönləndirir) – kimin nəyi və necə etməsi müvafiq prosedurlarda göstərilib
- effektivliyin meyarları kimi bazar payı, məqsədlərə nail olma və rəqiblərin uduzması
- lider - rasionall düşünən əlaqələndirici (koordinator) və təşkilatçıdır
- təşkilatı formal qaydalar və rəsmi siyasət birləşdirir
- işçilərin idarə edilməsi məşğulluğa təminat və uzunmüddətli müəyyənliyin təmin edilməsi qayğısına qalması nəzərdə tutur

334 162. Aşağıdakı əlamətlərdən biri adxokratik mədəniyyət tipinə aid deyil:

- səmərəliliyin meyarları kimi bazar payı, məqsədlərə nail olma və rəqiblərin uduzması çıxış edir
- təşkilat dinamik sahibkarlıq və yaradıcı iş yeridir, burada təşkilatın ümumi uğuru naminə işçilər şəxsi fədakarlığa və riskə gözə almağa hazırdırlar
- təşkilatın uğuru unikal (təkrarsız) və yeni məhsulların (xidmətlərin) istehsalı (təqdim edilməsi) ilə əlaqələndirilir, məhsul və ya xidmətlər bazarında lider olmaq mühümdür
- şəxsi təşəbbüskarlıq, yaradıcılıq və azadlıq rəğbətlə qarşılır (təşviq olunur)
- liderlər yenilikçi (novator), riskə hazır və uzaqgörən insanlardır

335 161. Aşağıdakı əlamətlərdən biri klan mədəniyyət tipinə aid deyil:

- iş yerində hər kəs bir-birinə çox dostcasına yanaşır, burada insanları birləşdirən ümumi şeylər çoxdur
- lider - rasionall düşünən əlaqələndirici (koordinator) və təşkilatçıdır
- səmərəliliyin meyarları - həmrəylik (mütəşəkkillik) və əməkdaşların inkişafıdır
- təşkilat briqada (kollektiv) işinə, insanların biznesdə iştirakına və barışsa rəğbət göstərir
- təşkilat adət-ənənələrə bağlılıq və sadıqlıq (sədaqət) hesabına bütövlüyünü qoruyur, bunların məcburiliyi yüksək dərəcədədir

336 160. Bürokratiya (ierarxiya) təkilati mədəniyyət tipində iş yerlərinə münasibət necədir?

- iş yerləri yüksək dərəcədə formallaşdırılıb və qurumsallaşdırılıb, burada insanları prosedurlar idarə edir (yönləndirir) – kimin nəyi və necə etməsi müvafiq prosedurlarda göstərilib
- belə təşkilat dinamik sahibkarlıq və yaradıcı iş yeridir, burada təşkilatın ümumi uğuru naminə işçilər şəxsi fədakarlığa və riski gözə almağa hazırdırlar
- iş yerində hər kəs bir-birinə çox dostcasına yanaşır, burada insanları birləşdirən ümumi şeylər çoxdur, təşkilat böyük bir ailəyə bənzəyir
- işçilərin aydın məqsədləri var və öz aralarında rəqabət aparırlar, hamının ümumi qayğısı uğur qazanmaq və etibardır (reputasiyadır)

- belə təşkilat dinamik sahibkarlıq və yaradıcı iş yeridir, hamının ümumi qayğısı uğur qazanmaq və etibardır (reputasiyadır)

337 159. Bazar təkilati mədəniyyət tipində iş yerlərinə münasibət necədir?

- belə təşkilat dinamik sahibkarlıq və yaradıcı iş yeridir, burada təşkilatın ümumi uğuru naminə işçilər şəxsi fədakarlığa və riski gözə almağa hazırdırlar
- işçilərin aydın məqsədləri var və öz aralarında rəqabət aparırlar, hamının ümumi qayğısı uğur qazanmaq və etibardır (reputasiyadır)
- iş yerləri yüksək dərəcədə formallaşdırılıb və qurumsallaşdırılıb, burada insanları prosedurlar idarə edir (yönləndirir) – kimin nəyi və necə etməsi müvafiq prosedurlarda göstərilib
- belə təşkilat dinamik sahibkarlıq və yaradıcı iş yeridir, hamının ümumi qayğısı uğur qazanmaq və etibardır (reputasiyadır)
- iş yerində hər kəs bir-birinə çox dostcasına yanaşır, burada insanları birləşdirən ümumi şeylər çoxdur, təşkilat böyük bir ailəyə bənzəyir

338 158. Adxokratiya təkilati mədəniyyət tipində iş yerlərinə münasibət necədir?

- belə təşkilat dinamik sahibkarlıq və yaradıcı iş yeridir, burada təşkilatın ümumi uğuru naminə işçilər şəxsi fədakarlığa və riski gözə almağa hazırdırlar
- iş yerində hər kəs bir-birinə çox dostcasına yanaşır, burada insanları birləşdirən ümumi şeylər çoxdur, təşkilat böyük bir ailəyə bənzəyir
- işçilərin aydın məqsədləri var və öz aralarında rəqabət aparırlar, hamının ümumi qayğısı uğur qazanmaq və etibardır (reputasiyadır)
- belə təşkilat dinamik sahibkarlıq və yaradıcı iş yeridir, hamının ümumi qayğısı uğur qazanmaq və etibardır (reputasiyadır)
- iş yerləri yüksək dərəcədə formallaşdırılıb və qurumsallaşdırılıb, burada insanları prosedurlar idarə edir (yönləndirir) – kimin nəyi və necə etməsi müvafiq prosedurlarda göstərilib

339 157. Klan təkilati mədəniyyət tipində iş yerlərinə münasibət necədir?

- iş yerində hər kəs bir-birinə çox dostcasına yanaşır, burada insanları birləşdirən ümumi şeylər çoxdur, təşkilat böyük bir ailəyə bənzəyir
- belə təşkilat dinamik sahibkarlıq və yaradıcı iş yeridir, hamının ümumi qayğısı uğur qazanmaq və etibardır (reputasiyadır)
- işçilərin aydın məqsədləri var və öz aralarında rəqabət aparırlar, hamının ümumi qayğısı uğur qazanmaq və etibardır (reputasiyadır)
- iş yerləri yüksək dərəcədə formallaşdırılıb və qurumsallaşdırılıb, burada insanları prosedurlar idarə edir (yönləndirir) – kimin nəyi və necə etməsi müvafiq prosedurlarda göstərilib
- belə təşkilat dinamik sahibkarlıq və yaradıcı iş yeridir, burada təşkilatın ümumi uğuru naminə işçilər şəxsi fədakarlığa və riski gözə almağa hazırdırlar

340 156. Adxokratiya təkilati mədəniyyət tipində təşkilatın liderinə (rəhbərinə) münasibət necədir?

- lider - yenilikçi (novator), riskə hazır və uzaqgörən insandır
- lider - rasionall düşünən əlaqələndirici (koordinator) və təşkilatçıdır
- lider – təşkilatı uğurlara aparan menecerdir
- lider – doğma atadır (ailə başçısıdır) və yol göstərən rəhbərdir
- lider - sərt və tələbkar rəhbər, basılmaz əsgərdir

341 155. Bürokratiya (ierarxiya) təkilati mədəniyyət tipində təşkilatın liderinə (rəhbərinə) münasibət necədir?

- lider - rasionall düşünən əlaqələndirici (koordinator) və təşkilatçıdır
- lider – doğma atadır (ailə başçısıdır) və yol göstərən rəhbərdir
- lider - sərt və tələbkar rəhbər, basılmaz əsgərdir
- lider – təşkilatı uğurlara aparan menecerdir
- lider - yenilikçi (novator), riskə hazır və uzaqgörən insandır

342 154. Klan təkilati mədəniyyət tipində təşkilatın liderinə (rəhbərinə) münasibət necədir?

- lider - rasionall düşünən əlaqələndirici (koordinator) və təşkilatçıdır
- lider - sərt və tələbkar rəhbər, basılmaz əsgərdir

- lider – təşkilatı uğurlara aparan menecerdir
- lider – doğma atadır (ailə başçısıdır) və yol göstərən rəhbərdir
- lider - yenilikçi (novator), riskə hazır və uzaqgörən insandır

343 153. Bazar təkilati mədəniyyət tipində təşkilatın liderinə (rəhbərinə) münasibət necədir?

- lider – təşkilatı uğurlara aparan menecerdir
- lider - sərt və tələbkar rəhbər, basılmaz əsgərdir
- lider – doğma atadır (ailə başçısıdır) və yol göstərən rəhbərdir
- lider - yenilikçi (novator), riskə hazır və uzaqgörən insandır
- lider - rasional düşünən əlaqələndirici (koordinator) və təşkilatçıdır

344 152. Adxokratiya təkilati mədəniyyət tipində səmərəliliyin meyarları kimi çıxış edir:

- rentabellik və fəaliyyətlərin vaxtlı-vaxtında icrasına nailolma
- bazar payı, məqsədlərə nail olma və rəqiblərin uduzması
- həmrəylik (mütəşəkkillik) və əməkdaşların inkişafı
- yaradıcılıq, inkişaf və ön sıralarda olan nəticə
- rentabellik, maya dəyərində liderlik və bazar payı

345 151. Bürokratiya (ierarxiya) təkilati mədəniyyət tipində səmərəliliyin meyarları kimi çıxış edir:

- həmrəylik (mütəşəkkillik) və əməkdaşların inkişafı
- yaradıcılıq, inkişaf və ön sıralarda olan nəticə
- bazar payı, məqsədlərə nail olma və rəqiblərin uduzması
- rentabellik və fəaliyyətlərin vaxtlı-vaxtında icrasına nailolma
- rentabellik, maya dəyərində liderlik və bazar payı

346 150. Bazar təkilati mədəniyyət tipində səmərəliliyin meyarları kimi çıxış edir:

- yaradıcılıq, inkişaf və ön sıralarda olan nəticə
- rentabellik və fəaliyyətlərin vaxtlı-vaxtında icrasına nailolma
- rentabellik, maya dəyərində liderlik və bazar payı
- bazar payı, məqsədlərə nail olma və rəqiblərin uduzması
- həmrəylik (mütəşəkkillik) və əməkdaşların inkişafı

347 149. Klan təkilati mədəniyyət tipində səmərəliliyin meyarları kimi çıxış edir

- rentabellik, maya dəyərində liderlik və bazar payı
- rentabellik və fəaliyyətlərin vaxtlı-vaxtında icrasına nailolma
- yaradıcılıq, inkişaf və ön sıralarda olan nəticə
- həmrəylik (mütəşəkkillik) və əməkdaşların inkişafı
- bazar payı, məqsədlərə nail olma və rəqiblərin uduzması

348 148. Aşağıdakılardan hansı təşkilati mədəniyyətin tipi deyil?

- Klan mədəniyyət tipi
- Bazar mədəniyyət tipi
- Bürokratiya (ierarxiya) mədəniyyət tipi
- Avtokratiya mədəniyyət tipi
- Adxokratiya mədəniyyət tipi

349 147. Aşağıdakılardan hansı təşkilati mədəniyyətin tipidir?

- Klan mədəniyyət tipi
- Bazar mədəniyyət tipi
- Bürokratiya (ierarxiya) mədəniyyət tipi
- bunların hamısı
- Adxokratiya mədəniyyət tipi

350 146. Firmanın təşkilati mədəniyyətinin təhlili zamanı aşağıdakı suallardan hansı araşdırılır?

- firmada insanlar arasında münasibətlər necə qurulub?
- firma öz müştərilərinə necə yanaşır?
- firma ətraf mühitlə qarşılıqlı münasibətlərini necə qurur?
- firma xarici mühitdə olan dəyişiklikləri necə izləyir?
- firma rəqabət mübarizəsini aparmaq üçün hansı üsullardan istifadə edir?

351 145. İcmədəniyyət daşıyıcılarının təşkilatda idarəetmə proseslərinə cəlb edilməsi dərəcəindən asılı olaraq təşkilat daxilində olan icmədəniyyətlər aşağıdakı kimi qruplaşdırılır:

- öndə olan icmədəniyyət, münaqişə etməyən icmədəniyyət və təşkilatın top-menejmentinin icmədəniyyəti
- öndə olan icmədəniyyət, münaqişə etməyən icmədəniyyət və təşkilatın sırası üzvlərinin icmədəniyyəti
- öndə olan icmədəniyyət və münaqişə etməyən icmədəniyyət
- təşkilatın top-menejmentinin (ali idarəetmənin) icmədəniyyəti, orta həlqə idarəedicilərinin icmədəniyyəti və təşkilatın sırası üzvlərinin icmədəniyyəti
- öndə olan icmədəniyyət, münaqişə etməyən icmədəniyyət və icmədəniyyət

352 144. Dəyərləri bütövlükdə təşkilati mədəniyyətin dəyərləri ilə uzlaşma səviyyəsinə görə təşkilat daxilində olan icmədəniyyətlər aşağıdakı kimi qruplaşdırılır:

- təşkilatın top-menejmentinin (ali idarəetmənin) icmədəniyyəti, orta həlqə idarəedicilərinin icmədəniyyəti və təşkilatın sırası üzvlərinin icmədəniyyəti
- öndə olan icmədəniyyət, münaqişə etməyən icmədəniyyət və təşkilatın sırası üzvlərinin icmədəniyyəti
- öndə olan icmədəniyyət və münaqişə etməyən icmədəniyyət
- öndə olan icmədəniyyət, münaqişə etməyən icmədəniyyət və icmədəniyyət
- öndə olan icmədəniyyət, münaqişə etməyən icmədəniyyət və təşkilatın top-menejmentinin icmədəniyyəti

353 143. Təşkilati mədəniyyətin əsas elementi kimi qrup normaları dedikdə nə başa düşülür?

- məyyən edilmiş məqsədlərə nail olmaq üçün təşkilatın yaxud qrupun üzvləri tərəfindən istifadə olunan üsullar və texniki fəndlər
- öz qulluqçularına, müştərilərinə yaxud vasitəçilərinə münasibətdə təşkilatın hərəkətlərində ifadə olunan çox ümumi siyasi və ideoloji prinsiplər
- artıqlaşdırılmış, hamının anladığı formada bəyan edilmiş təşkilatın və qrup üzvlərinin reallaşdırmağa çalışdığı dəyər və prinsiplər
- müəyyən qruplara xas olan və üzvlərinin davranışlarını reqlamentləşdirən standartlar və nümunələr
- təşkilata yeni gələnlərin onun tamhüquqlü üzvü olmaları üçün qavramalı və mənimsəməli olduqları ənənələr və məhdudiyətlər

354 142. Təşkilatın fəlsəfəsi dedikdə nə başa düşülür?

- qrupun fiziki tərkibi, habelə təşkilat üzvlərinin bir-biriylə, müştəriləriylə yaxud başqa kənar şəxslərlə qarşılıqlı fəaliyyətinə xas tövrləri (maneraları) ilə müəyyən edilən hisslər (duygular)
- təşkilat daxilində nəsilən-nəslə ötürülən və yazılı təsbitetmə tələb etməyən müəyyən hərəkətləri (fəaliyyətləri) həyata keçirmək qabiliyyəti
- məyyən edilmiş məqsədlərə nail olmaq üçün təşkilatın yaxud qrupun üzvləri tərəfindən istifadə olunan üsullar və texniki fəndlər
- öz qulluqçularına, müştərilərinə yaxud vasitəçilərinə münasibətdə təşkilatın hərəkətlərində ifadə olunan çox ümumi siyasi və ideoloji prinsiplər
- hamının anladığı formada bəyan edilmiş təşkilatın və qrup üzvlərinin reallaşdırmağa çalışdığı dəyər və prinsiplər

355 141. Aşağıdakılardan hansı təşkilat mədəniyyətinin davranış stereotiplərinə aiddir?

- bunların heç biri
- təşkilat üzvlərinin gözlədikləri adət və ənənələr
- təşkilat üzvləri tərəfindən istifadə edilən ümumi dil
- bunların hamısı
- müəyyən vəziyyətlərdə onların yerinə yetirdikləri mərasimlər

356 140. Aşağıdakılardan hansı təşkilati mədəniyyətin əsas elementidir?

- bunların heç biri
- təşkilatdaxili iqlim
- təkilatdaxili oyun qaydaları
- bunların hamısı
- mövcud olan əməli (praktiki) təcrübə

357 139. Aşağıdakılardan hansı təşkilati mədəniyyətin əsas elementidir?

- təşkilatın fəlsəfəsi
- qrup normaları
- davranış stereotipləri
- bunların hamısı
- elan edilmiş normalar

358 138. Təşkilati mədəniyyətin funksiyaları hansılardır?

- sosial dialoq və uyğunlaşdırma
- unikallaşdırma və fərqləndirmə
- xarici inteqrasiya və daxili adaptasiya
- daxili inteqrasiya və xarici adaptasiya
- rəqabət və kimliyi müəyyənləşdirmə

359 137. Təşkilati mədəniyyət aşağıdakılardan hansına imkan yarada bilməz?

- təşkilat üzvlərinin sosial inteqrasiyasını təmin edir
- təşkilatı unikallaşdırır
- təşkilatı başqalarından fərqləndirir
- təşkilatı başqaları ilə eyniləşdirir
- təşkilatı xarici maraq qruplarına tanıdır

360 136. Təşkilati mədəniyyət haqqında olan aşağıdakı fikirlərdən hansı yanlıştır?

- hər bir təşkilatı başqalarından fərqləndirir, unikallaşdırır, eyni zamanda onu həm öz əməkdaşlarına, həm də xarici maraq qruplarına tanıdır (təqdim edir)
- təşkilatın fəaliyyətinin müxtəlif tərəflərində təcəssüm edən dəyərlərin, adət və ənənələrin, normaların, inam və ehtimalların məcmusudur
- təşkilat üzvlərinin əksəriyyəti tərəfindən qəbul edilən dəyərlər, norma və adətlərin məcmusu, habelə bunların xarici təzahürləridir
- bütövlükdə cəmiyyətin mədəniyyətinə oxşar olaraq, təşkilati mədəniyyət də tam (mütləq) eynicinsli və daxilən bölünməzdir
- təşkilatın bütün bölmələrini və əməkdaşlarını ümumi məqsədə yönəltməyə imkan verən güclü strateji alətdir

361 135. Təşkilati mədəniyyət nədir?

- təşkilatın rəhbərləri tərəfindən qəbul edilən dəyərlər, norma və adətlərin məcmusudur
- təşkilat üzvlərinin hamısı tərəfindən eyni qədər qəbul edilən dəyərlər, norma və adətlərin məcmusudur
- təşkilat üzvlərinin əksəriyyəti tərəfindən qəbul edilən dəyərlər, norma və adətlərin məcmusu, habelə bunların xarici təzahürləridir
- xarici mühitə adaptasiya etməkdə (uyğunlaşmaqda) təşkilata yardımçı olan dəyərlər, norma və adətlərin məcmusudur
- təşkilatın fəaliyyətinin rəhbərlərində təcəssüm edən dəyərlərin, adət və ənənələrin, normaların, inam və ehtimalların məcmusu

362 134. Aşağıdakılardan hansı təşkilatı mədəniyyəti ifadə edir?

- bunların heç biri
- təşkilatın atmosferi və sosial mühiti
- təşkilatın üzvləri tərəfindən vərdiş edilmiş (mənimsənilmiş) və tətbiq edilən, bununla da təşkilatın davranışını müəyyən edən dəyər və normalar
- bunların hamısı
- təşkilatda hakim olan dəyərlər sistemi və davranış üslubları

363 133. Elmi-tədqiqat və təcrübə-konstruktor işləmələri, yeni məhsul və proseslərin layihələndirilməsi kimi fəaliyyətlər “dəyər yaradılması zənciri”ndə hansı fəaliyyət kateqoriyasına aid edilir?

- innovativ inkişaf fəaliyyəti
- marketinq və satış
- Şirkətin infrastrukturunu
- texnoloji inkişaf
- istehsal prosesi

364 132. Aşağıdakı fəaliyyətlərdən hansı “dəyər yaradılması zənciri”ndə “marketinq və satış” fəaliyyət kateqoriyasına daxil edilmir?

- satış kanallarının seçilməsi və onlarla əlaqələr
- reklam
- istehlak bazarının öyrənilməsi
- alıcıların sifarişlərin işlənilməsi və onların icra olunması müddətlərinin müəyyən edilməsi
- məhsulun bazarda irəlilədilməsi

365 131. Şirkətin zəruri maddi resurslarla, yəni istehsal prosesi üçün lazım olan bütün maddi-texniki komponentlərlə təmin edilməsi üzrə fəaliyyətləri “dəyər yaradılması zənciri”ndə hansı fəaliyyət kateqoriyasına aid edilir?

- texnoloji inkişaf
- maddi ehtiyatlarının yaradılması
- daxili logistika
- maddi-texniki təminat
- xarici logistika

366 130. Firmada ümumi idarəetmə, planlaşdırma, maliyyə və mühasibat uçotu, hüquqi təminat, dövlətlə qarşılıqlı münasibətlər, keyfiyyətə nəzarət kimi fəaliyyətlər “dəyər yaradılması zənciri”ndə hansı fəaliyyət kateqoriyasına aid edilir?

- heyətin idarə edilməsi
- marketinq və satış
- istehsal prosesi
- firmanın infrastrukturunu
- texnoloji inkişaf

367 129. Firmada məhsulun hazırlanması üçün istifadə olunan bütün resursların gətirilməsi, saxlanılması və bölüşdürülməsi ilə bağlı fəaliyyətlər “dəyər yaradılması zənciri”ndə hansı fəaliyyət kateqoriyasına aid edilir?

- marketinq və satış
- istehsal prosesi
- maddi-texniki təminat
- daxili logistika
- xarici logistika

368 128. Hazır məhsulların anbarda saxlanması və alıcılara göndərilməsi ilə bağlı fəaliyyətlər “dəyər yaradılması zənciri”ndə hansı fəaliyyət kateqoriyasına aid edilir?

- satışdan sonrakı xidmət (servis)
- istehsal prosesi
- daxili logistika
- xarici logistika
- marketinq və satış

369 127. Köməkçi fəaliyyət növlərindən hansı firmanın dəyər yaradılması zəncirinə bütünlüklə xidmət edir?

- heç biri

- Heyətin idarə edilməsi
- Maddi-texniı təminat
- Şirkətin infrastrukturı
- Texnoloji inkişaf

370 126. Hətta eyni sahənin ayrı-ayrı şirkətlərində dəyər yaradılması zəncirinin bir-birindən fərqli olmasını şərtləndirən amil hansıdır?

- hər bir şirkətin istehlakçılarının fərqli olması
- hər bir şirkətin fərqli strategiyası
- hər bir şirkətin həyat tarixçəsi
- bunların hamısı
- strategiyanın nə dərəcədə uğurla reallaşdırılması

371 125. “Dəyər yaradılması zənciri” yanaşmasına görə hansı firma rəqabət üstünlüyü əldə edir?

- əsas və köməkçi fəaliyyət növləri ilə yanaşı, həm də istehlakçılarını rəqiblərlə müqayisə edərək fəaliyyətini təşkil edən firma
- əsas fəaliyyət növlərini rəqiblərlə müqayisə edərək onlardan fərqli şəkildə iş quran firma
- strateji baxımdan mühüm fəaliyyət növlərini rəqiblərlə eyni səviyyədə xərclərlə yaxud eyni səmərəliliklə həyata keçirən firma
- strateji baxımdan mühüm fəaliyyət növlərini rəqiblərlə müqayisədə daha az xərclərlə yaxud daha səmərəli həyata keçirən firma
- əsas və köməkçi fəaliyyət növlərini davamlı olaraq rəqiblərlə müqayisə edən firma

372 124. “Dəyər yaradılması zənciri” nə üçün tətbiq edilir?

- firmanın fəaliyyət növlərini rəqib müəssisələrin oxşar fəaliyyətləri ilə müqayisə etməklə şirkətin zəif cəhətlərini müəyyənləşdirmək üçün
- firmanın fəaliyyət növlərini xərclərin strukturuna görə təsnifləşdirməklə şirkətin inkişaf strategiyasının hazırlanması üçün strateji analizin aparılması üçün
- firmanın bütün fəaliyyətlərini strateji inkişafın məqsədlərindən asılı olaraq təsnifləşdirmək üçün
- firmanın fəaliyyətində strateji baxımdan vacib fəaliyyət növlərini fərqləndirmək və bütün xərclərin tam mənzərəsini anlamaqla firmanın rəqabət üstünlüklərini müəyyənləşdirmək üçün
- firmanın fəaliyyət növlərini funksiyalarına və xərclərə görə təsnifləşdirməklə şirkətin daxili mühitinin strateji təhlili əsasında inkişaf strategiyasının hazırlanması üçün

373 123. Firmanın aşağıdakı fəaliyyətlərindən hansı “Dəyər yaradılması zənciri”nə görə köməkçi fəaliyyət növləri sırasına daxildir?

- Satışdan sonrakı xidmət
- İstehsal prosesi
- Daxili logistika
- Texnoloji inkişaf
- Xarici logistika

374 122. Firmanın aşağıdakı fəaliyyətlərindən hansı “Dəyər yaradılması zənciri”nə görə köməkçi fəaliyyət növləri sırasına daxil deyildir?

- Heyətin idarə edilməsi
- Satışdan sonrakı xidmət
- Maddi-texniı təminat
- Texnoloji inkişaf
- Şirkətin infrastrukturı

375 121. Firmanın aşağıdakı fəaliyyətlərindən hansı “Dəyər yaradılması zənciri”nə görə köməkçi fəaliyyət növləri sırasına daxildir?

- Xarici logistika
- İstehsal prosesi
- Daxili logistika

- Şirkətin infrastrukturu
- Təmir və xidmət

376 120. Firmanın aşağıdakı fəaliyyətlərindən hansı “Dəyər yaradılması zənciri”nə görə əsas fəaliyyət növləri sırasına daxildir?

- Dizayn və xidmət
- Heyətin idarə edilməsi
- firmanın yaradılması prosesi
- Daxili logistika
- Texnoloji inkişaf

377 119. Firmanın aşağıdakı fəaliyyətlərindən hansı “Dəyər yaradılması zənciri”nə görə əsas fəaliyyət növləri sırasına daxil deyil?

- Marketing və satış
- İstehsal prosesi
- Daxili logistika
- Heyətin idarə edilməsi
- Xarici logistika

378 118. Firmanın aşağıdakı fəaliyyətlərindən hansı “Dəyər yaradılması zənciri”nə görə əsas fəaliyyət növlərinə daxildir?

- İnvestisiya fəaliyyəti
- Heyətin idarə edilməsi
- Maddi-texniki təminat
- Satışdan sonrakı xidmət
- İnnovasiya fəaliyyəti

379 117. “Dəyər yaradılması zənciri”nə görə firmanın köməkçi fəaliyyətləri neçə kateqoriyaya ayrılır?

- 5.0
- 2.0
- 1.0
- 4.0
- 3.0

380 116. “Dəyər yaradılması zənciri”nə görə firmanın əsas fəaliyyətləri neçə kateqoriyaya ayrılır?

- 4.0
- 2.0
- 1.0
- 5.0
- 3.0

381 115. “Dəyər yaradılması zənciri”nə görə firmanın bütün fəaliyyət növləri hansı qruplara bölünür:

- birinci və ikinci dərəcəli əməliyyatlar
- əsas, köməkçi və yardımçı fəaliyyətlər
- əsas, köməkçi və xidmətedici fəaliyyətlər
- əsas fəaliyyətlər və köməkçi fəaliyyətlər
- hazırlıq, əsas, köməkçi və tamamlayıcı fəaliyyətlər

382 114. “Dəyər yaradılması zənciri” nəyi göstərir?

- firmanın fəaliyyətinin necə təşkil edildiyini
- fəaliyyət növlərinin necə fərqlənməsini
- xərclərin necə formalaşdığını

- dəyərin necə formalaşdığı
- fəaliyyət növlərinin təsnifləşdirilməsini

383 113. “Dəyər yaradılması zənciri”ni kim təklif edib?

- K. Endryu
- M. Fridmen
- C. Keyns
- M. Porter.
- C. Kotter

384 502. SMART prinsipi nə üçün tətbiq edilir?

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

385 501. Aşağıdakılardan hansı biri məqsəd və vəzifələrə qarşı qoyulan tələblər sırasına daxil deyil?

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

386 500. “Maraq qrupları - gözlənilər” qarşılaşdırmalarından hansı doğrudur?

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

387 499. “Maraq qrupları - gözlənilər” qarşılaşdırmalarından hansı doğrudur?

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

388 498. Aşağıdakılardan hansı strateji məqsəd kimi dəqiq ifadə olunmayıb?

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

389 497. Aşağıdakılardan hansı strateji məqsəd kimi dəqiq ifadə olunub?

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

390 496. Missiya təşkilatın daha məqsədyönlü idarə edilməsinə imkanlar yaratması nədə ifadə olunur?

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

391 495. Missiyanın əhəmiyyəti barəsində aşağıda qeyd edilənlərdən hansı biri yanlıştır?

- Missiya təşkilatın daha təsirli və məqsədyönlü idarə edilməsinə imkanlar yaradır
- Missiya xarici mühit subyektlərində firmanın müəyyən imicinin formalaşmasına və ya möhkəmlənməsinə yardımçı olur
- 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 firmanın daxilində vəhdəti təmin etməyə və korporativ ruhun formalaşmasına yardımçı olur

392 494. Aşağıdakılardan hansı biri firmanın missiyası ola bilməz?

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

393 493. Strateji baxış haqqında aşağıdakı fikirlərdən hansı biri doğru deyil?

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

394 492. Aşağıdakılardan hansı firmanın strateji fəaliyyət məqsədləri ilə bağlı ola bilər?

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

395 491. Aşağıdakılardan hansı firmanın maliyyə fəaliyyəti ilə bağlıdır?

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

396 490. Strateji məqsədlər necə təsnifləşdirilə bilər?

- a və c variantları
- ümumi və konkret məqsədlər
- maliyyə fəaliyyəti və strateji fəaliyyət məqsədləri
- bunların hamısı

- qısa-, orta- və uzun-müddətli məqsədlər

397 489. Missiyanın formalaşdırılması aşağıdakı elementlərin hansının təsvirini nəzərdə tutmur?

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

398 488. Missiyanın formalaşdırılması aşağıdakı elementlərin hansının təsvirini nəzərdə tutur?

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

399 487. Aşağıdakı fikirlərdən hansı biri yanlıştır?

- Missiya - firmanın onu bütün digər şirkətlərdən fərqləndirən xarakteristikasıdır
 Missiya - firmanın biznesinin (işinin) təyinatı, onun cəmiyyətdəki rolunun ifadəsidir
 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 fəaliyyətinin mahiyyətini, işin xüsusiyyətini və firmanın inkişaf yolunu izah edir

400 486. Firmanın missiyasının hazırlanması zamanı aşağıdakı suallardan hansının cavablandırılması diqqətdə saxlanmalıdır?

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

401 485. "Onun formalaşdırılması üçün arzu olunan gələcəyin obrazını ifadə edən başlıca ideyadan istifadə etmək məqsədəuyğundur" fikri nəyin barəsində deyilir?

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

402 484. Aşağıdakı qarşılaşdırmalardan hansı doğru deyil?

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

403 483. Aşağıdakı qarşılaşdırmalardan hansı doğrudur?

- biz nəyə nail olmalıyıq? – firmanın strateji məqsəd və vəzifələri
 biz kimik? – firmanın strateji baxışı
 biz haradayıq? – firmanın fəaliyyət mühitinin strateji analizi
 bunların hamısı
 biz kimin üçün və nə üçün mövcuduz? – firmanın missiyası

404 482. Strateji planlaşdırmanın ikinci mərhələsində aşağıdakılardan hansı müəyyən edilir?

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

405 481. Firmanın strateji məqsəd və vəzifələri hansı spesifik sualın cavabı hesab olunur?

- Biz kimik?
- Biz kimin üçün mövcudduq?
- Biz nə üçün mövcudduq?
- Biz nəyə nail olmalıyıq?
- Biz haradayıq?

406 480. Firmanın missiyası hansı spesifik sualın cavabı hesab olunur?

- Biz harada olmalıyıq?
- Biz necə inkişaf etmişik?
- Biz haradayıq?
- Biz kimin üçün və nə üçün mövcudduq?
- Biz kimik?

407 479. "Biz kimin üçün və nə üçün mövcudduq?" spesifik sualının cavabı nədə ifadə olunur?

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

408 478. Firmanın kimliyi nədə ifadə olunur?

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

409 477. Strateji planlaşdırmanın ikinci mərhələsində cavabı axtarılan spesifik suallar hansılardır?

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

410 476. Strateji planlaşdırmanın ikinci mərhələsində cavabı axtarılan spesifik suallar hansılardır?

- bunların heç biri
- biz kimin üçün və nə üçün mövcudduq?
- biz kimik?
- bunların hamısı
- biz nəyə nail olmalıyıq?

411 475. Strateji planlaşdırmanın ikinci mərhələsində neçə spesifik suala cavab axtarılır?

- 5.0

- 2.0
 1.0
 3.0
 4.0

412 474. Strateji planlaşdırmanın ikinci mərhələsində firma nəyi müəyyənləşdirməli olur?

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

413 473. “Biz nəyə nail olmaq (harada olmağı) istəyirik?” sualına strateji planlaşdırmanın hansı mərhələsində cavab axtarılır?

- beşinci
 üçüncü
 birinci
 ikinci
 dördüncü

414 472. Firmanın strateji məqsədləri əsasən bu elementlərə yönəlik müəyyən edilir:

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

415 471. Strateji məqsədlər barəsində aşağıdakı fikirlərdən hansı yanlıştır?

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

416 470. Missiya haqqında aşağıdakı fikirlərdən hansı doğrudur?

- Müxtəlif məhsullar istehsal edən firmanın istehsal etdiyi məhsulların sayı qədər missiyası ola bilər.
 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;

417 469. Missiya haqqında aşağıda qeyd edilən fikirlərdən hansı biri yanlıştır?

- Missiyada müəssisənin statusu, onun fəaliyyətinin əsas prinsipləri əks olunur, firmanın ən vacib təsərrüfat xarakteristikalarının müəyyənliyi verilir;
 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.
 Missiya gələcək inkişaf meylini ifadə edir, firmanın cəhdlərinin nəyə yönəldiləcəyini və bu zaman hansı dəyərlərə üstünlük veriləcəyini göstərir;
 Missiya – firmanın müəyyən istiqamətdə hərəkət (fəaliyyət) niyyətini konseptual şəkildə ifadə edir;

418 468. Missiya nədir?

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

419 467. Strateji baxış haqqında aşağıda qeyd edilən fikirlərdən hansı yanlıştır?

- Bu, arzu edilən gələcəyin obrazıdır;
- 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 məqsədəuyğundur.
- Bu, yaxın-uzaq perspektivdə arzu olunan vəziyyətin keyfiyyət təsviridir;

420 182. Aşağıdakı elementlərdən hansından missiyanın işlənilməsində istifadə oluna bilməz?

- texnologiya
- həyata keçirilmə müddəti
- məhsulun təsviri
- alıcının xarakteristikası
- bazarın xarakteristikası

421 181. Aşağıdakılardan hansı biri firmanın missiyasında əksini tapa bilər?

- fond bazarlarında iştirak etmək
- məhsulu hansı bilik və texnologiyalardan istifadə edərək istehsal etməsi
- mənfəətin artırılması
- alıcıların sayının artırılması
- bazar payının böyüdülməsi

422 180. Firmanın strategiyasının məqsədi – bu, ...

- əvvəlcədən müəyyən edilmiş resurslarla və əvvəlcədən müəyyən edilmiş üsullarla həyata keçirilən fəaliyyətlərdir
- firmanın biznesinin təyinatıdır, cəmiyyətdəki roludur
- firmanın konkret son durumu yaxud firmanın nail olmaq istədiyi arzuolunan nəticədir
- firmanın mövcudluq gərəkçəsidir
- firmanın kimliyidir

423 179. Aşağıdakılardan hansı firmanın strateji fəaliyyət məqsədləri ilə bağlı ola bilər?

- xərclərinin böyüklüyünə görə rəqibləri üstələmək
- yeni məhsulun işlənilməsindən onun istehsalının mənimsənilməsinə qədər olan dövrün qısaltılması
- firmanın bazar payından imtina edilməsi
- məhsulu istehlakçılara çatdırılması müddətinin əhəmiyyət kəsb etməməsi
- məhsulun keyfiyyətinin azaldılması hesabına xərcləri azaltmaq

424 178. Nail olunma ardıcılığına görə məqsəd və hədəflər belə bölünür:

- iqtisadi, maliyyə və qeyri-iqtisadi
- qısamüddətli, ortamüddətli və uzunmüddətli
- kiçik və böyük
- rəqabətli, asılı olmayan və əlavə
- proqnoz, cari və operativ

425 177. SMART prinsipinə əsasən strateji məqsədlər necə olmalıdır?

- rəqiblərlə razılaşdırılmış olan
- dövlət qurumları ilə razılaşdırılmış olan
- ağıllı
- razılaşdırılmış olan
- dəqiq ifadə olunmayan

426 176. SMART prinsipinə əsasən strateji məqsədlər necə olmalıdır?

- başlanma vaxtı dəqiq göstərilən
- qeyri-məhdud zaman müddəti üçün
- zamanla çərçivələnmiş
- müddəti ifadə olunmayan
- zamanla çərçivələnmiş

427 175. SMART prinsipinə əsasən strateji məqsədlər necə olmalıdır?

- rəhbərliyi qane edən
- şərti ölçüdə
- real (nail oluna bilən)
- keyfiyyətli
- dəyər ifadəsində

428 174. SMART prinsipinə əsasən strateji məqsədlər necə olmalıdır?

- yaygın
- konkret
- ağıllı
- uzaqgörən
- natural (cinsi) ifadədə

429 173. SMART prinsipinə əsasən strateji məqsədlər necə olmalıdır?

- keyfiyyətli
- ölçülə bilən
- qəbul olunan
- müqayisə olunan
- çevik

430 172. Strateji planlaşdırmanın ikinci mərhələsində firma nəyi müəyyənləşdirməli olur?

- firmanın strategiyasını necə həyata keçirəcəyini
- firmanın gələcəkdə nəyə nail olmaq istədiyini
- firmanın hazırda hansı durumda olduğunu
- firmanın rəqiblərlə münasibətlərinin xarakterini
- firmanın xaricə mühitə münasibətini

431 171. Firmanın missiyası əsasən bu elementlərə yönəlik müəyyən edilir:

- məhsuldarlıq, mənfəətlilik
- bunların heç biri .
- işçi heyəti, sosial məsuliyyət
- bazar mövqeyi, innovasiyalar
- resurslar, idarəetmə aspektləri

432 170. Strateji məqsədlər barəsində aşağıdakı fikirlərdən hansı doğrudur?

- məqsədlərin işlənilməsi zamanı kəmiyyət və zaman hədləri (çərçivələri) dəqiq bəlli olmayan ifadələrdən istifadə etmək məqsədəuyğundur
- məqsədlər – müəyyən (strategiyada göstərilən) müddət ərzində nail olunmalı konkret nəticə və yekunlardır

- məqsədlərin qoyuluşu - strategiyanın işlənməsi prosesini praktiki müstəvidən nəzəri müstəviyə keçirir
- məqsədlərin firmanın dəyərləri və strateji baxışı ilə əlaqəsi yoxdur
- məqsəd – strategiyanın reallaşdırılması zamanı mərhələlərin nəticəsini əks etdirir

433 169. Firmanın strateji baxışı əsasən bu elementlərə yönəlik müəyyən edilir:

- işçi heyəti, sosial məsuliyyət
- resurslar, idarəetmə aspektləri
- məhsuldarlıq, mənfəətlilik
- bunların heç biri .
- bazar mövqeyi, innovasiyalar

434 168. Missiya haqqında aşağıdakı fikirlərdən hansı doğrudur?

- firmanın istehsal etdiyi məhsulların sayı qədər missiyası ola bilər
- missiya firmanın indiki vəziyyətindən asılı olmamalıdır və burada müəssisənin maliyyə problemləri ifadə edilməməlidir
- missiyada firmanın başlıca məqsədinin mənfəətin maksimumlaşdırılması olması və buna necə nail olunacağı dəqiq ifadə edilməlidir
- eyni adlı məhsul istehsalçıları olan və bir sahədə fəaliyyət göstərən bütün firmaların missiyaları eyni olur
- ayrı-ayrı sahələrdə fəaliyyət göstərən ən azı iki firma eyni missiyaya malik ola bilər

435 167. Firmanın mövcudluq zərurətinin (gərəkçəsinin) konseptual ifadəsi necə adlanır?

- şüar
- firmanın fəlsəfəsi
- missiya
- strateji baxış
- strateji məqsəd

436 166. Strateji baxış haqqında aşağıdakı fikirlərdən hansı doğrudur?

- burada xronoloji zaman əsasdır, zaman vahidi isə il, ay və ya günlə ifadə olunur
- onun formalaşdırılması üçün arzu olunan gələcəyin obrazını ifadə edən başlıca ideyadan istifadə etmək məqsəduyğundur
- bu, arzu edilən gələcəyin sxematik təsviriidir
- arzu olunan gələcəyə nail olmaq yolunu əks etdirən konkret layihə və ya proqramdır
- bu, yaxın-uzaq perspektivdə arzu olunan vəziyyətin kəmiyyət ifadəsidir

437 165. Firmanın gələcək üçün arzu olunan obrazı nədə ifadə olunur?

- strateji məqsədlərdə
- strateji baxışda
- missiyada
- siyasətdə
- planda

438 602. Firmanın əldə etdiyi sinergetik effekt nəticə etibarlı ilə özünü nədə göstərə bilər?

- bunların heç biri
- xərclərin azaldılmasında (məhsulun qiymətinin aşağı düşməsində)
- firmada məhsuldarlığın yüksəlməsində
- bunların hamısında
- firmanın məhsulunun yeni unikal xassələr alması

439 601. Sinerqizm strategiyasının tətbiqi zamanı firmaya xüsusi rəqabət üstünlüyü verən nədir?

- firmanın başqa müəssisələri özünə birləşdirməsi
- sinergetik effektin paylanması bacarığı
- firmanın daha böyük resurs potensialına malik olması

- sinergetik effektin idarə edilməsi bacarığı
- sinergetik effektin təkrarlanması dərəcəsi

440 600. Aşağıdakılardan hansını innovasiya proseslərinin idarə olunmasının daha vacib məsələsi hesab etmək olar?

- yeniliyin texnoloji potensialının reallaşdırılması üçün zəruri xərclərin təmin edilməsi
- yeniliyin iqtisadi potensialının onun texnoloji potensialına uyğunlaşdırılmasının təmin edilməsi
- yeniliyin texnoloji potensialının onun iqtisadi potensialına uyğunlaşdırılmasının təmin edilməsi
- yeniliyin texnoloji potensialı ilə onun iqtisadi potensialının optimal uzlaşdırılmasının təmin edilməsi
- yeniliyin texnoloji potensialı ilə onun iqtisadi potensialının tam reallaşdırılması

441 599. Fokuslanma strategiyasını tətbiq edən firmalar haqqında deyilən fikirlərdən hansı yanlıştır?

- firma bazara və ya sahəyə giriş maneələrinin sərtləşməsi ilə üzləşdiyindən bu strategiyanı seçməyə məcbur ola bilər
- firma daha kiçik bazara fokuslandığından segmentdə olan bütün fürsətləri yaxşı görə və dəyərləndirə bilər
- firma resursların çatışmazlığı ilə üzləşdiyindən bu strategiyanı seçməyə məcbur ola bilər
- belə firma daha böyük bazara fokuslandığından sahədə olan bütün fürsətləri yaxşı görə və dəyərləndirə bilər
- belə firmalar məlum segmentdən kənar qalan bazar fürsətlərini görməkdə və dəyərlənməkdə çətinlik çəkirlər

442 598. Fokuslanma strategiyasını firmalar nə zaman seçməyə məcbur olurlar?

- bunların hamısı
- resursların çatışmazlığı ilə üzləşdikdə
- geniş istehsal və resurs potensialına malik olduqda
- resursların çatışmazlığı ilə üzləşdikdə və bazara və ya sahəyə giriş maneələrinin sərtləşməsi ilə üzləşdikdə
- bazara və ya sahəyə giriş maneələrinin sərtləşməsi ilə üzləşdikdə

443 597. 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?

- fərqlilik rəqiblər tərəfindən təqlid edilə bilməməli və davamlı olaraq təkmilləşdirilməlidir
- müştərilər təklif edilən mal və ya xidmətin rəqiblərin təklif etdiklərindən nə qədər fərqli olduğunu başa düşməli və anlamalıdır
- müştəri hiss etməlidir ki, təklif edilən fərqlilik özünün əlavə xərcləri baxımından səmərəlidir
- fərqlilik rəqiblər tərəfindən qəbul edilməli və rəqiblər onu təqlid etməməlidirlər
- firma fərqli məhsulu (xidməti) mənfəət təmin edə biləcək miqdarı, qiyməti və xərcləri nəzərə almaqla istehsal edə bilməlidir

444 596. Firmaları rəqabət mübarizəsində fərqliliyə müraciət etməyə yönəldən nədir?

- bunların hamısı
- müştərilərin daha keyfiyyətli məhsulu daha ucuz almaq istəyi
- istehlakçıların ehtiyaclarında olan fərqli çalarlar
- istehlakçıların ehtiyaclarında olan fərqli çalarlar və müştərilərin məhsullardan gözlədikləri fayda məfhumunun fərqli xarakter alması
- müştərilərin məhsullardan gözlədikləri fayda məfhumunun fərqli xarakter alması

445 595. Fərqliləşdirmə strategiyası üçün aşağıdakı şərtlərdən hansı yaramır?

- firmanın daha sərfəli imicinin, reklam markasının yaradılması
- satılan malları müsayiət edən müxtəlif və rəqiblərlə müqayisədə daha yüksək səviyyəli xidmətlər təqdim etmək
- 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
- rəqiblərlə müqayisədə müştərilərlə daha səmərəli işləyən heyətə malik olmaq

446 594. Aşağı maya dəyəri ilə çalışmaq üçün firmaların malik olması zəruri sayılan aşağıdakı şərtlərdən hansı yanlıştır?

- həcm üstünlüyündən yararlanmaq üçün böyük bazar payına və müştəri qrupuna sahib olmaq.
- sabit xərclərin daha da bölünməsi üçün məhsul istehsalının böyük həcmələrinə sahib olmaq
- xammal və materialları daha asan və ucuz əldə edə bilmək
- məhsul istehsalına sərf edilən mal-material məsrəflərini texnoloji normalarla müqayisədə daha aşağı etməlidir
- daha yüksək əmək məhsuldarlığına malik olmaq

447 593. Maya dəyərində liderlik strategiyasının tətbiqi zamanı zəruri olması göstərilən aşağıdakı hallardan hansı yanlıştır?

- araşdırma-təkmilləşdirmə, xidmət, reklam və s. kimi sahələrdə xərclərin minimuma endirilməsi
- illərlə toplanmış təcrübə əsasında maya dəyərini kəskin azaldılmasına nail olunması
- böyük həcmərdə məhsul buraxan müəssisələrin qurulması
- əsasən kiçik müştərilərin sifarişlərinin cəlb edilməsi
- maya dəyəri və ümumi xərclərə davamlı və sıx nəzarətin təmin edilməsi

448 592. Aşağıdakı fikirlərdən hansı biri səmərəli strategiyanın “gələcək qeyri-müəyyənliyi strateji imkan kimi baxılması” xüsusiyyəti ilə bağlı deyil?

- xarici mühitdəki sürətli dəyişikliklər müəyyən təhlükələrlə yanaşı həm də gələcək biznes-uğurun əldə edilməsi üçün yeni imkanları ifadə edir
- gələcəkdəki qeyri-müəyyənliklər konkret firmanın inkişaf mənbəyini təşkil edə bilər
- gələcək prinsip etibarlı qeyri-müəyyən hesab edilir
- 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

449 591. Səmərəli strategiyanın “unikallıq” xüsusiyyəti nəyi nəzərdə tutur?

- səmərəli strategiya proqnozlaşdırılan dövrün unikal hallarına hesablanır
- effektiv strategiya gələcək dövrün unikal xüsusiyyətlərini nəzərə alınaraq işlənir
- effektiv strategiya məhz verilmiş situasiyanın unikal xüsusiyyətlərini gələcək uğur amillərinə çevirir
- konkret firmanın strategiyasına onu bütün digər rəqiblərin strategiyalarından fərqli edən özünəməxsus və unikal güclü amillər daxil edilməlidir
- səmərəli strategiya xarici mühitin unikal dəyişikliklərinə əsaslanır

450 590. Səmərəli strategiyanın “situasiyalılıq” xüsusiyyəti nəyi nəzərdə tutur?

- səmərəli strategiya proqnozlaşdırılan konkret situasiyaya hesablanır
- effektiv strategiya məhz verilmiş konkret situasiyanın bütün xüsusiyyətləri nəzərə alınaraq işlənir
- effektiv strategiya istənilən situasiyanın səciyyəvi xüsusiyyətlərini gələcək uğur amillərinə inteqrasiya edə bilər
- 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

451 589. “İşlənən və seçilən strategiyanın mental düzgünlüyü” aşağıdakı elementlərdən hansılarının məhdud sintezi olaraq meydana çıxır?

- menecment-elm və menecment-qabiliyyət
- menecment-qabiliyyət
- menecment-elm
- bunların hamısı
- uğurlu biznes təcrübəsi

452 588. Sahə strategiyalarının işlənilməsi zamanı nəzərə alınmalı amillər hansılardır?

- sahənin başlıca uğur amilləri
- sahənin həyat tsikli
- sahənin növü və miqyasları
- bunların hamısı
- sahənin orta xərcləri

453 587. Sahə strategiyalarını bir-birindən fərqləndirən başlıca amil hansıdır?

- sahənin miqyasları
- sahənin əhatə dairəsi
- firmanın həyat tsikli
- sahənin inkişaf mərhələsi
- sahənin məhsuluna olan tələbatın dəyişilməsi

454 586. Aşağıdakılardan hansı biri rəqabətli mühitdə davranış strategiyası hesab olunur?

- rəqibləri ilə əməkdaşlıq edən firmaların strategiyası
- ölkədə “öz yerini bilən” firmanın rəqabət davranışı strategiyası
- bazarda “öz yerini bilməyən” firmanın rəqabət davranışı strategiyası
- bazarda “öz yerini bilən” firmanın rəqabət davranışı strategiyası
- istehlakda “öz yerini bilən” firmanın rəqabət davranışı strategiyası

455 585. Sinerqizm strategiyası nədir?

- bunların hamısı
- firmanın daxilində baş verən dəyişikliklərə sürətlə uyğunlaşmaqla rəqabət üstünlüyünə nail olma strategiyasıdır
- 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
- xarici mühitdə baş verən dəyişikliklərə firmanın çevik reaksiya verməklə uğur əldə etməsi strategiyasıdır

456 584. Operativ reaksiya strategiyasını tətbiq edən firma rəqabət üstünlüyünə necə nail olmağı düşünür?

- firmanın fəaliyyətinin operativ planlaşdırılması sistemini təkmilləşdirməklə
- yeni yaranan sahələrdə fəaliyyət göstərməklə
- prinsipcə yeni məhsulların və ya texnologiyanın yaradılması yolu ilə
- xarici mühitdə baş verən dəyişikliklərə ən qısa müddətdə uyğunlaşmaqla
- firmanın daxilində baş verən dəyişikliklərə sürətlə uyğunlaşmaqla

457 583. Aşağıdakılardan hansı biri innovasiya tsiklini xarakterizə edir?

- marketing tədqiqatları - investisiya layihəsi – yeni məhsulun yaradılması - məhsul istehsalının təşkili
- yeni ideya – layihələndirmə – məhsul istehsalı – məhsul satışı – gəlir götürülməsi – mənfəətin bölgüsü
- 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
- elmi tədqiqatlar - marketing tədqiqatları - yeni məhsulun buraxılışı – yeni satış bazarlarının əldə edilməsi

458 582. İnnovasiya strategiyasının tətbiqi zamanı firma rəqabət üstünlüyünə necə nail olmaq istəyir?

- mövcud dərk edilmiş və ya edilməmiş tələbatların yeni üsullarla ödənilməsi yolu ilə
- bunların hamısı
- prinsipcə yeni məhsulların və ya texnologiyanın yaradılması yolu ilə və mövcud dərk edilmiş və ya edilməmiş tələbatların yeni üsullarla ödənilməsi yolu ilə
- prinsipcə yeni məhsulların və ya texnologiyanın yaradılması yolu ilə
- firmanın rəqiblərinin olmadığı başqa bir məhsul istehsalı sahəsinə keçməsi

459 581. Fokuslanma strategiyası nəyə həflənir?

- əmtəənin istehsal xərclərinin səviyyəsinin rəqiblərlə bərabərləşdirilməsi
- firmanın rəqiblərinin olmadığı başqa bir məhsul istehsalı sahəsinə keçməsi
- xarici mühitdə baş verən dəyişikliklərə firmanın çevik reaksiya verməklə uğur əldə etməsi
- bazarın seçilmiş segmentində daha dərin ixtisaslaşaraq istehlakçıların ehtiyaclarını rəqiblərlə müqayisədə daha dolğun təmin etmək
- firmanın rəqib firmaları özünə birləşdirərək müəyyən məhsul istehsalını öz əlində cəmləməsi

460 580. Fərqliləşdirmə strategiyasının tətbiq edən firmaya rəqabət üstünlüyü verən nədir?

- firmanın məhsullarının kütləvi istahsalına nail olması
- rəqiblərlə müqayisədə firmanın məhsulunu daha ucuz satması
- firmanın rəqiblərlə müqayisədə daha aşağı xərclərə nail olması
- firmanın rəqiblərində olmayan fərqli bir özəlliyə və bənzərsiz bir ünsürə sahib olması
- firmanın daha böyük məhsul istehsalı həcməsinə malik olması

461 579. Xərclərin minimumlaşdırılması strategiyasını tətbiq edən firma məhsulunu hansı qiymətə sata bilər?

- bunların heç biri
- rəqiblərlə müqayisədə daha aşağı qiymətə
- rəqiblərlə müqayisədə daha yüksək qiymətə
- rəqiblərlə müqayisədə daha aşağı qiymətə və rəqiblərlə eyni qiymətə
- rəqiblərlə eyni qiymətə

462 578. Xərclərin minimumlaşdırılması strategiyasının hədəfində olan nədir?

- əmtənin sistemli xərclərinin rəqiblərlə eyni səviyyədə olmasının təmin edilməsi
- rəqiblərlə müqayisədə əmtənin dövrü xərclərinin aşağı səviyyəsinin təmin edilməsi
- rəqiblərlə müqayisədə əmtənin daşınma xərclərinin daha aşağı səviyyəsinin təmin edilməsi
- rəqiblərlə müqayisədə əmtənin sistemli xərclərinin daha aşağı səviyyəsinin təmin edilməsi
- əmtənin istehsal xərclərinin səviyyəsinin rəqiblərlə bərabərləşdirilməsi

463 577. Rəqabət üstünlüklərinə nail olmaq üçün firmaya rəqabət üstünlüyü verən nədir?

- bunların hamısı
- firmanın özünün fəaliyyət sahəsində malik olduğu xüsusi səriştələr
- firmanın konkret biznes üçün mühüm əhəmiyyət kəsb edən gözə çarpan və ya çarpmayan aktivləri
- firmanın konkret biznes üçün mühüm əhəmiyyət kəsb edən gözə çarpan və ya çarpmayan aktivləri və firmanın özünün fəaliyyət sahəsində malik olduğu xüsusi səriştələr
- xarici mühitin firmaya yaratdığı potensial imkanlar

464 576. Rəqabət üstünlüklərinə nail olma strategiyaları nəyə əsaslanır?

- Bu strategiyaların hər biri sahədə bərabər rəqabət şərtlərinin təmin edilməsinə əsaslanır
- Bu strategiyaların hər biri firmanın digər firmalarla bərabər rəqabət şərtlərinə nail olunmasına əsaslanır
- Bu strategiyaların hər biri firmanın inhisar mövqeyinə nail olunmasına əsaslanır
- Bu strategiyaların hər biri firmanın müəyyən rəqabət üstünlüyünə nail olunmasına əsaslanır
- Bu strategiyaların hər biri firmanın fəaliyyət dairəsinin genişləndirilməsinə əsaslanır

465 575. Aşağıdakılardan hansı biri rəqabət üstünlüklərinə nail olma strategiyası hesab olunmur?

- sinerqizm strategiyası
- fərqliləşdirmə strategiyası
- maya dəyərində liderlik strategiyası
- təmərküzləşmə strategiyası
- fokuslanma strategiyası

466 574. Aşağıdakılardan hansıları rəqabət üstünlüklərinə nail olma strategiyaları hesab olunur?

- bunların hamısı
- davamçının rəqabət davranışı strategiyası
- bazar lideri strategiyası
- bunların heç biri
- rəqiblərinə meydan oxuyan firmaların strategiyası

467 573. Səmərəli strategiyanın “Çevik uyğunluq” xüsusiyyəti ehtiva edir ki, xarici mühit dəyişiklikləri nəticəsində yaranan potensial yeni imkanları reallaşdırmağa bilmək üçün:

- xarici mühit dəyişiklikləri sahənin daxilindəki strateji dəyişiklikləri uyğun olmalıdır
- sahənin daxilindəki strateji dəyişiklikləri xarici mühit dəyişikliklərinə adekvat olmalıdır
- firmanın xarici mühitindəki strateji dəyişikliklər firmanın rəhbərliyindəki dəyişikliklərə uyğun olmalıdır
- firmanın özünün daxilindəki strateji dəyişikliklər xarici mühit dəyişikliklərinə adekvat (uyğun) olmalıdır
- rəqabət mühitindəki dəyişikliklər xarici mühit dəyişikliklərinə adekvat olmalıdır

468 572. Firmanın unikal, yalnız onun özünə məxsus olan güclü cəhətlərinin strategiyaya daxil edilməsi nə üçün lazımdır?

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

469 571. Səmərəli strategiyanın unikallığını təmin edən nədir?

- strategiyanın reallaşdırılacağı dövrün unikal xüsusiyyətləri
- firmanın fəaliyyət göstərdiyi sahənin unikal tərəfləri
- 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 ümumi xüsusiyyətləri

470 570. Aşağıdakı fikirlərdən hansını “səmərəli strategiya”ya şamil etmək olar?

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

471 569. Səmərəli strategiyanın “menecment elminin, idarəetmə qabiliyyətinin və biznes təcrübəsinin sintezi kimi” ortaya çıxan xüsusiyyəti hansıdır?

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

472 568. Aşağıdakı elementlərdən hansı idarəetmə qabiliyyətini (menecment-qabiliyyəti) təşkil edən elementlər sırasına aiddir?

- bunların heç biri
- “canlı yaradıcılıq”
- intuisiya
- bunların hamısı
- kreativlik

473 567. Aşağıdakılardan hansı sahə strategiyaları sırasında deyil?

- bunların hamısı
- sahənin yetkinlik mərhələsi üçün strategiyalar,
- sahənin yaranması mərhələsinin strategiyaları,
- sahənin inkişaf mərhələsi üzrə strategiyalar
- sahənin tənəzzül mərhələsi üzrə strategiyalar

474 566. Aşağıdakılardan hansı rəqabətli mühitdə davranış strategiyaları hesab olunur?

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

475 565. Xarici mühitdə baş verən dəyişikliklərə rəqiblərlə müqayisədə daha çevik reaksiya verməklə uğur əldə edilməsini nəzərdə tutan strategiya hansıdır?

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

476 564. Aşağıdakı əlamətlərdən hansı biri müəssisənin innovasiya fəaliyyətini bilavasitə səciyyələndirmir?

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

477 563. Müəssisənin fəaliyyətinin ayrı-ayrı tərəflərində yeniliklərin tətbiqi əsasında rəqabət üstünlüyünün əldə edilməsi hansı strategiyada nəzərdə tutulur?

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

478 562. Hansı strategiyanın tətbiqi zamanı firma bütün söylərini spesifik bir bazar segmenti, məhsul çeşidi və ya coğrafi bazar üzərində cəmləyir?

- korporativ
- fokuslaşma
- bunların hamısında
- çeşidlənmə
- diversifikasiya

479 561. Fərqliləşdirmə strategiyası aşağıdakı elementlərdən hansılarının fərqliləşdirilməsinə əsaslanı bilər?

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

480 560. Fərqliləşdirmə strategiyası aşağıdakılardan hansının fərqliləşdirilməsini nəzərdə tutmur?

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

481 559. Xərclərin minimumlaşdırılması strategiyası tətbiqi zamanı firmaya rəqabət üstünlüyü təmin edən nədir?

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

482 558. Xərclərin minimumlaşdırılması strategiyalarını başqa necə adlandırırlar?

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

483 557. Aşağıdakılardan hansıları rəqabət üstünlüklərinə nailolma strategiyaları hesab olunur?

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

484 556. Aşağıdakılardan hansıları rəqabət üstünlüklərinə nailolma strategiyaları hesab olunur?

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

485 555. Rəqabət üstünlüklərinə nailolma baxımından neçə qrup strategiyalar fərqləndirilir?

- 5.0
- 7.0
- 8.0
- 4.0
- 6.0

486 554. Aşağıdakılardan hansı biri baza strategiyaları üzrə təsnifləşdirməni xarakterizə etmir?

- bazar lideri strategiyaları
- diversifikasiyalı artım strategiyaları
- inteqrallaşdırılmış artım strategiyaları
- ixtisaretmə strategiyaları
- təmər küzləşdirici artım strategiyaları

487 553. Aşağıdakılardan hansıları baza strategiyaları üzrə təsnifləşdirməni xarakterizə edir?

- ixtisaretmə strategiyaları
- fokuslanma strategiyaları
- artım strategiyaları
- artım strategiyaları və ixtisaretmə strategiyaları
- bunların hamısı

488 552. Aşağıdakılardan hansı biri strategiyaların təsnifləşdirilməsi əlamətidir?

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

489 551. Aşağıdakılardan hansı biri strategiyaların təsnifləşdirilməsi əlaməti deyil?

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

490 550. Aşağıdakılardan hansıları strategiyaların təsnifləşdirilməsi əlamətləri hesab olunur?

- Sahə strategiyaları və Portfel strategiyaları
- Bunların hamısı
- Uyğunlaşma strategiyaları
- Portfel strategiyaları
- Sahə strategiyaları

491 549. Aşağıdakılardan hansıları strategiyaların təsnifləşdirilməsi əlamətləri hesab olunur?

- Bunların hamısı
- Baza strategiyaları və Rəqabətli mühitdə davranış strategiyaları
- Rəqabətli mühitdə davranış strategiyaları
- Rəqabət üstünlüklərinə nailolma strategiyaları
- Baza strategiyaları

492 548. Səmərəli strategiyanın əsas xüsusiyyətləri haqqında deyilən fikirlərdən hansı doğrudur?

- bunların arasında heç bir məntiqi bağlılıq yoxdur
- bunlar bir-birindən qarşılıqlı asılıdır və bir-birlərini qarşılıqlı tamamlayırlar
- bunlar alternativlərdir, hər biri digərlərini inkar edir
- bunların arasında müəyyən ziddiyyətlər ola bilər
- bunlar qarşılıqlı tərs mütənasibdir

493 547. Aşağıdakılardan hansı səmərəli strategiyanın əsas xüsusiyyətləri sırasına aiddir?

- Milli dildə yazılması
- Təkrarsızlıq
- Paralellik
- Çevik uyğunluq (adekvatlıq)
- Həcmə qısa olması

494 546. Aşağıdakılardan hansı səmərəli strategiyanın əsas xüsusiyyətləri sırasına aid deyil?

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

495 545. Səmərəli strategiyanın əsas xüsusiyyətlərinin sayı neçədir?

- 7.0
- 4.0
- 3.0

- 5.0
 6.0

496 544. Firma fəaliyyətinin iqtisadi səmərəliliyinin meyarı aşağıda göstərilənlərdən hansıdır?

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

497 543. İnkişaf strategiyasına qarşı qoyulan başlıca tələb nədir?

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

498 542. “İmtina edilmiş” strategiyaların analizi nə üçün aparılır?

- taktiki baxımdan rəqiblərin çaşdırılması üçün.
 bütün alternativ straxegiyaların dəyərinin müqayisəsi üçün;
 daha ucuz və rahat başa gələn strategiyanın müəyyənləşdirilməsi üçün;
 zərurət yarandıqı halda başqa strategiyaya keçilməsini təmin edən tədbirlərin müəyyənləşdirilməsi (yəni “ehtiyat aerodrom”un müəyyənləşdirilməsi) üçün;
 daha səmərəli strategiyanın müəyyənləşdirilməsi üçün;

499 541. Aşağıdakılardan hansı biri “strategiyanın seçilməsi meyarlarının müəyyənləşdirilməsi” mərhələsinə aid deyil?

- seçilmiş strategiyanın alternativlərindən üstünlükləri izah edilir;
 indiki şəraitdə məqsədə nail olmağın baza straxegiyası müəyyən edilir;
 strategiyanın hansı şəraitdə (şərtlər daxilində) reallaşdırılacağı müəyyənləşdirilir;
 seçilmiş strategiyanın reallaşdırılması xərcləri (dəyəri) qiymətləndirilir.
 baza strategiyasının seçilməsi səbəbləri göstərilir və əsaslandırılır;

500 540. SWOT matrisin “Z – I” (W – O) bölməsində yerləşən strategiyaların mahiyyəti nədən ibarətdir?

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

501 539. SWOT matrisin “Z – T” (W – T) bölməsində yerləşən strategiyaların mahiyyəti nədən ibarətdir?

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

502 538. SWOT matrisin “G – T” (S – T) bölməsində yerləşən strategiyaların mahiyyəti nədən ibarətdir?

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

- güclü tərəflərdən və potensial imkanlardan maksimum faydalanma (maxi-maxi);
- güclü tərəflərdən maksimum faydalanma və potensial təhlükələrin təsirinin minimumlaşdırılması (maxi-mini);
- potensial imkanlardan maksimum faydalanma və zəif tərəflərin təsirinin minimumlaşdırılması (maxi-mini);

503 537. SWOT matrisin “G – İ” (S – O) bölməsində yerləşən strategiyaların mahiyyəti nədən ibarətdir?

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

504 536. Aşağıdakılardan hansı firma üçün xarici mühitin yaratdığı potensial təhlükə hesab olunur?

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

505 535. Aşağıdakılardan hansı firma üçün xarici mühitin yaratdığı potensial təhlükələr sırasına aid etmək olmaz?

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

506 534. Aşağıdakılardan hansı firma üçün xarici mühitin yaratdığı potensial təhlükələr sırasına aid etmək olmaz?

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

507 533. Aşağıdakılardan hansı firma üçün xarici mühitin yaratdığı potensial imkan hesab olunur?

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

508 532. Aşağıdakılardan hansı firma üçün xarici mühitin yaratdığı potensial imkanlar sırasına aid etmək olmaz?

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

509 531. Aşağıdakılardan hansını firma üçün xarici mühitin yaratdığı potensial imkanlar sırasına aid etmək olmaz?

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

510 530. Aşağıdakılardan hansını firmanın zəif tərəfi hesab etmək olar?

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

511 529. Aşağıdakılardan hansını firmanın zəif tərəfləri sırasına aid etmək olmaz?

- köhnəlmiş avadanlıq və texnologiya parkı.
- innovasiya təcrübəsinin yoxluğu;
- alıcılar barəsində analitik informasiyanın yoxluğu;
- əmək bazarında ixtisaslı kadrların yoxluğu;
- zəif satış şəbəkəsi;

512 528. Aşağıdakılardan hansını firmanın zəif tərəfləri sırasına aid etmək olmaz?

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

513 527. Aşağıdakılardan hansı firmanın güclü tərəfidir?

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

514 526. Aşağıdakılardan hansını firmanın güclü tərəfləri sırasına aid etmək olmaz?

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

515 525. Aşağıdakılardan hansını firmanın güclü tərəfləri sırasına aid etmək olmaz?

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

516 524. Aşağıdakılardan hansı SWOT analizinin mərhələləri sırasında yoxdur?

- strategiyanın təsdiq edilməsi.
- "İmtina edilmiş" strategiyaların analizi;
- strategiyanın seçilməsi meyarlarının müəyyənləşdirilməsi;

- SWOT matrisin firmanın bütün işçilərinə izah edilməsi;
- seçilmiş strategiyanın reallaşdırılması xərclərinin (dəyərinin) qiymətləndirilməsi;

517 523. Aşağıdakılardan hansı SWOT analizinin mərhələləri sırasında yoxdur?

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

518 522. SWOT-un elementləri barədə aşağıdakı fikirlərdən hansı yanlıştır?

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

519 521. Aşağıdakılardan hansı SWOT analizə qarşı qoyulan metodoloji tələblərə aid deyil?

- faktların qeyri-dəqiq və çoxmənalı şərhindən qaçılmalıdır
- belə analiz konkret məqsədə fokuslaşmalıdır;
- belə analiznin məqsəd və əhatə dairəsi dəqiq müəyyən edilməlidir;
- mümkün qədər az (minimum) informasiyadan istifadə edilməlidir;
- SWOT-un elementləri arasındakı fərqlər dəqiq anlaşılmalıdır;

520 520. SWOT matrisin “W – I” (Z – O) bölməsində cavablandırılacaq sual hansıdır?

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

521 519. SWOT matrisin “G – T” (S – T) bölməsində cavablandırılacaq sual hansıdır?

- bu güclü tərəflər və potensial imkanlar qarşıya qoyulan məqsədə doğru fəaliyyət zamanı zəif tərəfləri və gözlənilən təhlükələri aradan qaldırmağa yetərlidirmi?
- bu zəif tərəflər qarşıya qoyulan məqsədə doğru fəaliyyət zamanı potensial imkanlardan faydalanmağa mane olurmu?
- 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 gözlənilən təhlükələrdən yan keçməyə mane olurmu?

522 518. SWOT matrisin “Z – T” (W – T) bölməsində cavablandırılacaq sual hansıdır?

- bu güclü tərəflər və potensial imkanlar qarşıya qoyulan məqsədə doğru fəaliyyət zamanı zəif tərəfləri və gözlənilən təhlükələri aradan qaldırmağa yetərlidirmi?
- bu güclü tərəflər qarşıya qoyulan məqsədə doğru fəaliyyət zamanı gözlənilən təhlükələri aradan qaldırmağa yetərlidirmi?
- bu güclü tərəflər potensial imkanlardan yararlanmaqla qarşıya qoyulan məqsədə çatmağa yetərlidirmi?
- bu zəif tərəflər qarşıya qoyulan məqsədə doğru fəaliyyət zamanı gözlənilən təhlükələrdən yan keçməyə mane olurmu?
- bu zəif tərəflər qarşıya qoyulan məqsədə doğru fəaliyyət zamanı potensial imkanlardan faydalanmağa mane olurmu?

523 517. SWOT matrisin “G – İ” (S – O) bölməsində cavablandırılması sual hansıdır?

- bu güclü tərəflər və potensial imkanlar qarşıya qoyulan məqsədə doğru fəaliyyət zamanı zəif tərəfləri və gözlənilən təhlükələri aradan qaldırmağa yetərlidirmi?
- bu zəif tərəflər qarşıya qoyulan məqsədə doğru fəaliyyət zamanı potensial imkanlardan faydalanmağa mane olurmu?
- bu güclü tərəflər qarşıya qoyulan məqsədə doğru fəaliyyət zamanı gözlənilən təhlükələri aradan qaldırmağa yetərlidirmi?
- bu güclü tərəflər potensial imkanlardan yararlanmaqla qarşıya qoyulan məqsədə çatmağa yetərlidirmi?
- bu zəif tərəflər qarşıya qoyulan məqsədə doğru fəaliyyət zamanı gözlənilən təhlükələrdən yan keçməyə mane olurmu?

524 516. Aşağıdakı təşkilatlardan hansı strategiyanın işlənilməsi zamanı SWOT analizdən istifadə edə bilər?

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

525 515. Firmanın fəaliyyətinə mənfi təsir göstərən daxili mühit amilləri SWOT matrisin hansı bölməsində yerləşdirilir?

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

526 514. Firmanın fəaliyyətinə müsbət təsir göstərən xarici mühit amilləri SWOT matrisin hansı bölməsində yerləşdirilir?

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

527 513. Firmanın fəaliyyətinə mənfi təsir göstərən xarici mühit amilləri SWOT matrisin hansı bölməsində yerləşdirilir?

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

528 512. Firmanın fəaliyyətinə müsbət təsir göstərən daxili mühit amilləri SWOT matrisin hansı bölməsində yerləşdirilir?

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

529 511. Firmanın fəaliyyətinə neytral təsir göstərən ümumi amillər SWOT matrisin hansı bölməsində yerləşdirilir?

- “Təhlükələr” bölməsində;

- “Zəif tərəflər” bölməsində;
- “Güclü tərəflər” bölməsində;
- heç birində.
- “İmkanlar” bölməsində;

530 510. Aşağıdakılardan hansı SWOT matrisin bölmələrinə daxil deyil?

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

531 509. SWOT analiz nədir?

- firmanın fəaliyyət göstərdiyi sahənin və bazarın təhlili və qiymətləndirilməsi əsasında firmanın inkişafının güclü və zəif tərəflərinin, imkan və təhlükələrin aşkara çıxarılması üçün metodoloji alətdir;
- firmanın fəaliyyətinin xarici mühitinin təhlili və qiymətləndirilməsi əsasında firmanın inkişafının güclü və zəif tərəflərinin, imkan və təhlükələrin aşkara çıxarılması üçün metodoloji alətdir;
- firmanın inkişaf perspektivləri ilə bağlı onun fəaliyyətinin xarici və daxili mühit amillərinin təhlilindən ortaya çıxarılan faktların məqsədyönlü şəkildə sistemləşdirilməsi və bunun əsasında firmanın inkişaf strategiyasının seçilməsi üçün tətbiq edilən metodoloji alətdir ;
- firmanın başlıca uğur amillərinin rəqib firmaların müvafiq parametrləri ilə müqayisəsi əsasında firmanın inkişafının güclü və zəif tərəflərinin, imkan və təhlükələrin aşkara çıxarılması üçün metodoloji alətdir.
- firmanın fəaliyyətinin daxili mühitinin təhlili və qiymətləndirilməsi əsasında firmanın inkişafının güclü və zəif tərəflərinin, imkan və təhlükələrin aşkara çıxarılması üçün metodoloji alətdir ;

532 508. Firmanın fəaliyyətinin xarici və daxili mühitinin kompleks analizi və qiymətləndirilməsi zamanı hansı təhlil aləti tətbiq olunur?

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

533 507. SWOT analiz texnologiyası özünün son model halında nə vaxtdan tətbiq edilir?

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

534 506. SWOT analiz modeli ilk dəfə nə vaxt təqdim edilib?

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

535 505. SWOT modeli hansı formada təqdim edilir?

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

536 504. SWOT akronimi aşağıdakılardan hansını əhatə etmir?

- təhlükələr.
- zəif tərəflər;
- güclü tərəflər;
- neytral tərəflər;
- imkanlar;

537 503. SWOT analiz modelini ilk dəfə kim təklif edib?

- C. Kotter.
- E. Leraaned;
- A. Maslou;
- K. Endryu;
- M. Porter;

538 192. İdeal halda hər bir strategiyada aşağıdakılardan hansı işlənilməlidir?

- bunların hamısını
- Resurs və məsrəflərin uçotu sistemi (biznesin istiqamətləri və layihələr üzrə)
- Planlaşdırma və proqnozlaşdırma sistemi
- Şirkətin strukturu və ştat cədvəli
- Heyətin motivasiyası sistemi

539 191. Firmaların davranış strategiyasının işlənilməsi üçün alimlər qrupunun təklif etdiyi SWOT modelindən istifadə texnologiyası necə adlandırılmışdır?

- LCAG modeli
- LGAC modeli
- SWOT sxemi
- SWOT matrisi
- Endryu modeli

540 190. Firmanın inkisaf amillərinin kompleks qiymətləndirilməsində hansı alıtdən istifadə edilir?

- SNW-analiz
- bunların hamısından
- Porterin 5 qüvvəsi
- SWOT (GZİT) təhlil
- PESTEL təhlil

541 189. Firmaların davranış strategiyasının işlənilməsi üçün SWOT modelindən istifadə texnologiyasını alimlər qrupu nə vaxt təklif edib?

- 1967-ci ildə
- 1969-cu ildə
- 1963-cü ildə
- 1960-cı ildə
- 1965-ci ildə

542 188. Firmaların davranış strategiyasının işlənilməsi üçün SWOT modelindən istifadə texnologiyasını kim təklif edib?

- W.Q. Guth
- K.R. Andrews
- C.R. Christensen
- bunlar bir yerdə təklif ediblər
- E.P. Leraaned

543 187. Aşağıdakılardan hansı kompleks qiymətləndirməni (SWOT (GZİT) təhlili) vacib edən amil sayıla bilməz?

- firma xarici mühitdə baş verəcək dəyişikliklərin hansı imkanlar yaratdığını və firmanın bundan yararlanmaq üçün nə etməli olduğu barədə qərar verməlidir
- firma xarici mühitdə baş verən dəyişikliklərin onun rəqiblərinə hansı imkanları verdiyini bilməli, rəqiblərin bu imkanlardan necə yararlandığını qiymətləndirməli və rəqabət mübarizəsində onlara qələbə çalmaq üçün tədbirlər işləyib hazırlamalıdır
- firma qarşıdakı dövrdə gözlənilən dəyişikliklərə uyğun olaraq, özünün güclü tərəflərini bilməli və bundan yararlanmalıdır
- firma özünün zəif tərəflərini bilməli və bunları aradan qaldırmaq və ya mümkün mənfi təsirlərini necə azaltmaq barədə düşünməlidir
- firma xarici mühitdə gözlənilən dəyişikliklərin yarada biləcəyi təhlükələri, bu təhlükələrin firma üçün mənfi təsirlərini qiymətləndirməli, belə təsirlərin azaldılması və ya aradan qaldırılması qeydinə qalmalıdır

544 186. SWOT (GZİT) təhlil:

- firmanın inkisaf amillərinin proqnoz qiymətləndirilməsidir
- firmanın inkisaf amillərinin funksional qiymətləndirilməsidir
- firmanın inkisaf amillərinin sistemli qiymətləndirilməsidir
- firmanın inkisaf amillərinin mərhələli qiymətləndirilməsidir
- firmanın inkisaf amillərinin kompleks qiymətləndirilməsidir

545 185. SWOT (GZİT) təhlil zamanı aşağıdakı təhlillərin hansının nəticələrindən istifadə edilmir?

- rəqabət strategiyalarının təhlili
- bençmarkinq
- PESTEL təhlil
- rəqabət amilləri
- dəyər yaradılması zənciri

546 184. Firmanın güclü və zəif tərəflərinin, imkan və təhlükələrinin müəyyən edilməsi nə üçün lazımdır?

- strateji məqsəd və hədəfləri müəyyən etmək üçün
- strateji məqsədə uyğun olaraq fəaliyyət və layihələrin hazırlanması üçün
- strateji məqsədləri müəyyən etmək üçün
- SWOT (GZİT) təhlil üçün
- qarşıya qoyulan məqsəd və hədəflərə nail olmanın mümkün alternativlərini (alternativ strategiyaları) müəyyən etmək üçün

547 183. Strateji planlaşdırma üzrə əməliyyatların aşağıdakı sıralanmasında hansı biri yerində deyil?

- müəyyənləşdirilmiş məqsəd və hədəflərə necə nail olunmasının dəqiqləşdirilməsi
- mikromühitin təhlili
- makromühitin təhlili
- fəaliyyət planlarının və layihələrin işlənməsi
- strateji baxış və missiyanın işlənməsi

548 643. Qiymətləndirmə nədir?

- proqramın yerinə yetirilməsi üçün zəruri insan, material, avadanlıq və texnologiya kimi resursların cəlb olunmasıdır
- firmanın ayrı-ayrı tərəflərinin rəqiblərlə müqayisə edilməsidir
- proqram çərçivəsində işlərin cari vəziyyətinin nəzərdə tutulanla (plan-qrafiklə) müqayisəsi əsasında işlərin gedişinin davamlı olaraq izlənilməsidir
- proqram çərçivəsində fəaliyyətlərin nəticələrinin təhlil olunması, həmin nəticələrin müəyyən meyarlarla tutuşdurularaq onların təsirinin öyrənilməsidir
- proqramın icrasına sərf edilən resursların siyahısının tutulmasıdır

549 642. Monitoring nədir?

- proqramın icrasına sərf edilən resursların siyahısının tutulmasıdır
- firmanın ayrı-ayrı tərəflərinin rəqiblərlə müqayisə edilməsidir
- hesabat dövründə firmanın işlərinin əvvəlki dövrlə müqayisəli öyrənilməsidir
- proqram çərçivəsində işlərin cari vəziyyətinin nəzərdə tutulanla (plan-qrafiklə) müqayisəsi əsasında işlərin gedişinin davamlı olaraq izlənilməsidir
- proqramın icrası nəticələrinin qiymətləndirilməsidir

550 641. Ümumiləşdirici qiymətləndirmənin vəzifəsi nədir?

- bunların heç biri
- proqramın səmərəliliyinin artırılması və uğurla başa çatdırılması məqsədilə korrektə edilməsi
- proqramların layihəsinin keyfiyyətinin analizi, proqramın firmanın inkişafı üçün zəruriliyinin qiymətləndirilməsi, proqramın səmərəliliyinin ilkin qiymətləndirilməsi
- proqramın nəticəsinin və səmərəliliyinin ekspertizası, səhv və uğursuzluqların səbəblərinin analizi, adekvat idarəetmə qərarlarının qəbulu
- bunların hamısı

551 640. Aralıq qiymətləndirmənin vəzifəsi nədir?

- bunların heç biri
- proqramın nəticəsinin və səmərəliliyinin ekspertizası, səhv və uğursuzluqların səbəblərinin analizi, adekvat idarəetmə qərarlarının qəbulu
- proqramların layihəsinin keyfiyyətinin analizi, proqramın firmanın inkişafı üçün zəruriliyinin qiymətləndirilməsi, proqramın səmərəliliyinin ilkin qiymətləndirilməsi
- proqramın səmərəliliyinin artırılması və uğurla başa çatdırılması məqsədilə korrektə edilməsi
- bunların hamısı

552 639. İlkin qiymətləndirmənin vəzifəsi nədir?

- bunların heç biri
- proqramın nəticəsinin və səmərəliliyinin ekspertizası, səhv və uğursuzluqların səbəblərinin analizi, adekvat idarəetmə qərarlarının qəbulu
- proqramın səmərəliliyinin artırılması və uğurla başa çatdırılması məqsədilə korrektə edilməsi
- proqramların layihəsinin keyfiyyətinin analizi, proqramın firmanın inkişafı üçün zəruriliyinin qiymətləndirilməsi, proqramın səmərəliliyinin ilkin qiymətləndirilməsi
- bunların hamısı

553 638. Proqramın icrasının qiymətləndirilməsi növləri hansılardır?

- bunların hamısı
- ümumiləşdirici
- aralıq
- ilkin
- bunların heç biri

554 637. Monitoring zamanı cavabı axtarılan əsas sual hansıdır?

- bunların hamısı
- son nəticə nədir?
- məqsəd nədir?
- işlər necə gedir?
- son nəticəyə necə nail olmaq mümkündür?

555 636. "Monitoring" nə deməkdir?

- uçot
- analiz
- qiymətləndirmə
- izləmə
- planlaşdırma

556 635. Proqramın işlənilməsi zamanı pncədən müəyyən edilən amillər hansılardır?

- qarşıda duram məqsəd
- icra üsulları
- icranın zaman müddəti
- bunların hamısı
- istifadə ediləcək resursların kəmiyyət və keyfiyyəti

557 634. Proqramın həyata keçirilməsinin son nəticəsi nədir?

- firmanın inkişafıdır
- mənfəətin artmasıdır
- məhsul istehsalının artmasıdır
- qarşıya qoyulan məqsədə nail olunmasıdır
- bazarın böyüməsidir

558 633. Ambisiyalı (təkəbbürlü) strateji yanaşma hansı tezislərə əsaslanır?

- bunların heç biri
- iştirakçıların "kollektiv intellekti" nəticəsində meydana çıxan intellektual sistem onu əmələ gətirən ayrı-ayrı intellektual elementlərin cəmindən daha yüksək və son dərəcə güclü ola bilər
- bazarda rəqabət aparən ayrı-ayrı məhsullar deyil, onların istehsalçıları olan firmalardır
- bazarda rəqabət aparən ayrı-ayrı məhsullar deyil, onların istehsalçıları olan firmalardır və dayanıqlı firmanın bir strateji biznes sahəsindəki uğursuzluqları başqa sahədəki uğurları ilə kompensasiya olunur və faciəvi hallara gətirib çıxarmır
- dayanıqlı firmanın bir strateji biznes sahəsindəki uğursuzluqları başqa sahədəki uğurları ilə kompensasiya olunur və faciəvi hallara gətirib çıxarmır

559 632. SWOT-analizin nəticələrinə əsaslanan strateji yanaşma nəyə əsaslanır?

- iştirakçıların "kollektiv intellekti" nəticəsində meydana çıxan intellektual sistemin onu əmələ gətirən ayrı-ayrı intellektual elementlərin cəmindən daha yüksək və son dərəcə güclü ola biləcəyinə
- fərqli xarici mühit şərtlərinə malik gələcək vəziyyətin fərqli ssenarilərinin qurulmasına
- "nəyi və kimə satmalı?" və "harada və necə rəqabət aparmalı?" kimi sualların çoxmənalı və çoxvariantlı cavablarına
- cavab variantlarının heç biri doğru deyil
- ilkin (başlanğıc) dəyişənlərin müxtəlif qiymətləri əsasında çoxlu variantları sınaqdan keçirilməsinə

560 631. "Bazarın böyüməsi – firmanın rəqabət mövqeyi" strateji yanaşması nəyə əsaslanır?

- iştirakçıların "kollektiv intellekti" nəticəsində meydana çıxan intellektual sistemin onu əmələ gətirən ayrı-ayrı intellektual elementlərin cəmindən daha yüksək və son dərəcə güclü ola biləcəyinə
- fərqli xarici mühit şərtlərinə malik gələcək vəziyyətin fərqli ssenarilərinin qurulmasına
- "nəyi və kimə satmalı?" və "harada və necə rəqabət aparmalı?" kimi sualların çoxmənalı və çoxvariantlı cavablarına
- məhsul bazarının böyüməsi dinamikası və firmanın rəqabət mövqeyi kimi 2 başlıca meyardan asılı olaraq qurulan matris əsasında strateji alternativlərin seçilməsinə
- ilkin (başlanğıc) dəyişənlərin müxtəlif qiymətləri əsasında çoxlu variantları sınaqdan keçirilməsinə

561 630. "Beyin fırtınası" strateji yanaşması nəyə əsaslanır?

- məhsul bazarının böyüməsi dinamikası və firmanın rəqabət mövqeyi kimi 2 başlıca meyardan asılı olaraq qurulan matris əsasında strateji alternativlərin seçilməsinə
- fərqli xarici mühit şərtlərinə malik gələcək vəziyyətin fərqli ssenarilərinin qurulmasına
- "nəyi və kimə satmalı?" və "harada və necə rəqabət aparmalı?" kimi sualların çoxmənalı və çoxvariantlı cavablarına
- iştirakçıların "kollektiv intellekti" nəticəsində meydana çıxan intellektual sistemin onu əmələ gətirən ayrı-ayrı intellektual elementlərin cəmindən daha yüksək və son dərəcə güclü ola biləcəyinə
- ilkin (başlanğıc) dəyişənlərin müxtəlif qiymətləri əsasında çoxlu variantları sınaqdan keçirilməsinə

562 629. Modelləşdirmə strateji yanaşması nəyə əsaslanır?

- məhsul bazarının böyüməsi dinamikası və firmanın rəqabət mövqeyi kimi 2 başlıca meyardan asılı olaraq qurulan matris əsasında strateji alternativlərin seçilməsinə
- fərqli xarici mühit şərtlərinə malik gələcək vəziyyətin fərqli ssenarilərinin qurulmasına
- “nəyi və kimə satmalı?” və “harada və necə rəqabət aparmalı?” kimi sualların çoxmənalı və çoxvariantlı cavablarına
- 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

563 628. Rəqabətli strateji yanaşma nəyə əsaslanır?

- məhsul bazarının böyüməsi dinamikası və firmanın rəqabət mövqeyi kimi 2 başlıca meyardan asılı olaraq qurulan matris əsasında strateji alternativlərin seçilməsinə
- ilkin (başlanğıc) dəyişənlərin müxtəlif qiymətləri əsasında çoxlu variantları sınaqdan keçirilməsinə
- fərqli xarici mühit şərtlərinə malik gələcək vəziyyətin fərqli ssenarilərinin qurulmasına
- “nəyi və kimə satmalı?” və “harada və necə rəqabət aparmalı?” kimi sualların çoxmənalı və çoxvariantlı cavablarına
- iştirakçıların “kollektiv intellekti” nəticəsində meydana çıxan intellektual sistemin onu əmələ gətirən ayrı-ayrı intellektual elementlərin cəmindən daha yüksək və son dərəcə güclü ola biləcəyinə

564 627. Ekstrapolyasiya üsulunun mahiyyəti nədən ibarətdir?

- gələcəkdə baş verəcək hadisələrin keşmişdə baş vermiş hadisələrlə heç bir bağlılığı ola bilməz
- bir hadisənin üzərində aparılan müşahidələrdən əldə edilmiş nəticələr başqa hadisələrə də eynən şamil olunur
- 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 müəyyən hissəsi üzərində aparılan müşahidələrdən əldə edilmiş nəticələr digər hadisələrin oxşar hissələrinə də şamil olunur

565 626. İnnovasiya alternativləri strateji fəaliyyətlərdə hansı dəyişiklikləri tələb edir?

- düşüncə və təhlillərə yeni yanaşma tətbiq edilməsini
- yaradıcı xarakterli tamamilə yeni məhsulların istehsalını
- hər zaman təşkilatın strategiyasında köklü dəyişikliklər edilməsini
- cavab variantlarının hamısı doğrudur
- rəqabət mübarizəsini aparmağın yeni üsullarının tətbiqini

566 625. Yeniləşdirmə strateji alternativləri hansı dəyişikliklərə səbəb olur?

- yuxarıdakı cavab variantlarının hamısı doğrudur
- firmanın strategiyasında radikal dəyişikliklərin edilməsinə, tamamilə yeni məhsulların istehsalının artırılmasına
- 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
- rəqabət mübarizəsini aparmağın yeni üsullarının tətbiqininə, düşüncə və təhlillərə yeni yanaşma tətbiq edilməsinə

567 624. Tədrici təkmilləşdirmə alternativləri nəyi nəzərdə tutur?

- rəqabət mübarizəsini aparmağın yeni üsullarının tətbiqini, düşüncə və təhlillərə yeni yanaşma tətbiq edilməsini
- firmanın strategiyasında radikal dəyişikliklərin edilməsini, yaradıcı xarakterli tamamilə yeni məhsulların istehsalını
- firmanın, cari strategiyasından imtina edərək, fəaliyyət istiqamətini əhəmiyyətli dərəcədə dəyişməsinə
- firmanın əvvəllər qəbul edilmiş və hazırda istifadə etdiyi strategiyalarının düzəlişlərlə davam etdirilməsini
- biznesin aparılmasının mövcud üsullarında və bazarla bağlı başlıca düşüncələrdə ciddi dəyişikliklərin yaranmasını

568 623. Portfel strateji yanaşmanın tətbiqi zamanı aşağıdakı matrislərdən hansından istifadə edilə bilər?

- PİMS (Profit Impact of Market Strategies) layihəsi matrisi

- McKinsey və Artur D.Little məsləhət firmalarının matrisi
- Boston məsləhət qrupunun matrisi
- bunların hər hansı birindən
- Ansoff matrisi

569 622. Strateji alternativlərin işlənilməsi zamanı “Portfel strateji yanaşma” hansı firmaların istifadəsi üçün tövsiyə olunur?

- cavab variantlarının hamısı doğrudur
- yalnız bir sahədə məşğul olan firmaların
- yalnız bir məhsulun istehsalı ilə məşğul olan firmaların
- iki və daha çox fəaliyyət növü ilə məşğul firmaların
- bir neçə ölkədə istehsal sahələri və bölmələri olan firmaların

570 621. “Bazarın böyüməsi – firmanın rəqabət mövqeyi” strateji yanaşmasını kim təklif edib?

- Tompson və Porter
- Endryu və Porter
- Endryu və Tompson
- Tompson və Striklond
- Porter və Striklond

571 620. Aşağıdakılardan hansı strateji alternativlərin formalaşmasına strateji yanaşma üsuludur?

- Ambisiyalı (təkəbbürlü) yanaşma
- SWOT-analizin nəticələrinə əsaslanan yanaşma
- “Bazarın böyüməsi – firmanın rəqabət mövqeyi” yanaşması
- bunların hamısı
- Portfel yanaşma

572 619. Aşağıdakılardan hansı strateji alternativlərin formalaşmasına strateji yanaşma üsulu deyildir?

- “Beyin fırtınası” yanaşması
- ssenarilərin işlənilməsi
- rəqabətli strateji yanaşma
- funksional-dəyər yanaşması
- modelləşdirmə

573 618. Stratejiyalar portfelinin formalaşmasına təsir göstərən amillərin təsirlərinin proqnozlaşdırılmasında istifadə edilən subyektiv üsullar nəyə əsaslanır?

- bu üsul belə bir fərziyyəyə əsaslanır ki, gələcəkdə baş verəcək hadisələr tamamilə keçmişdə baş vermiş hadisələrlə təyin edilir
- bu üsul xüsusi qaydada layihələndirilmiş qiymətləndirmə alqoritminə uyğun olaraq ekspertlərin, menecerlərin və başqa şəxslərin subyektiv fikirlərinin öyrənilməsinə əsaslanır
- bu üsul hadisələr arasında səbəb-nəticə əlaqələrinin müəyyənəndirilməsinə 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

574 617. Aşağıdakı fikirlərdən hansıları “cüclü və zəif siqnallar üsulu”nun mahiyyətini əks etdirir?

- bunların hamısı
- barəsində heç bir məlumatın olmadığı problemlər - zəif siqnallarla müəyyənəndirilən problemlər sayılır
- artıq dəqiq görünən və etibarlı faktiki məlumatlara əsaslanan problemlər - güclü siqnallarla müəyyənəndirilən problemlər hesab olunur
- artıq dəqiq görünən və etibarlı faktiki məlumatlara əsaslanan problemlər - güclü siqnallarla müəyyənəndirilən problemlər hesab olunur və barəsində məlumatın nisbətən tam və etibarlı olmadığı problemlər - zəif siqnallarla müəyyənəndirilən problemlər sayılır

- bərəsində məlumatın nisbətən tam və etibarlı olmadığı problemlər - zəif siqnallarla müəyyənləşdirilən problemlər sayılır

575 616. “Strategiyalar portfeli” nədir?

- strateji alternativlərin qarşılıqlı müqayisəsinin aparılması üçün 3 (üç) səviyyədə ibarət ümumi quruluşudur
- strateji alternativlərin 3 (üç) səviyyədə ibarət spesifik ierarxik quruluşudur
- strategiyaların 3 (üç) səviyyədə ibarət üfiqi quruluşudur
- strategiyaların 3 (üç) səviyyədə ibarət spesifik ierarxik quruluşudur
- strateji seçimin həyata keçirildiyi 3 (üç) səviyyədə ibarət spesifik ierarxiyadır

576 615. “Qruplaşdırma strukturu”nun yaradılması dedikdə nə başa düşülür?

- bütün strateji qərarların mümkün strateji variantların qarşılıqlı kombinasiyaları (“strategiyalar portfeli”) şəklində təqdim edilməsi
- bütün strateji variantların strateji qərarlar toplusu şəklində təqdim edilməsi
- hər bir strateji variantın mümkün strateji qərarların 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

577 614. Strateji alternativlər nədir?

- bu cavab variantlarının heç biri doğru deyil.
- bu, firmanın (təşkilatın) cari məqsədlərinin həllinə yönəldilmiş müxtəlif strateji inkişaf variantlarının dəstidir
- bu, firmanın (təşkilatın) strateji məqsədlərinə nail olmağa imkan verən inkişaf strategiyasıdır
- bu, firmanın (təşkilatın) strateji məqsədinə nail olmağa imkan verən müxtəlif strateji inkişaf variantlarının dəstidir
- bu, bir neçə firmanın (təşkilatın) eyni strateji məqsədlərə çatmaq üçün istifadə etdikləri müxtəlif strateji inkişaf variantlarının dəstidir

578 613. Strategiyalar portfelinin effektivliyinin təhlili üsulları hansılardır?

- funksional-dəyər təhlili
- strateji uyğunluq metodu
- bunların hamısı
- bunların heç biri
- texniki-iqtisadi hesablamalar

579 612. Strategiyalar portfelinin formalaşmasına təsir göstərən amillərin təsirlərinin proqnozlaşdırılması və qiymətləndirilməsi zamanı aşağıdakı üsulların hansından istifadə edilmir?

- Subyektiv üsullar
- Ekstrapolyasiya üsulu
- Güclü və zəif siqnallar üsulu
- Funksional-dəyər təhlili üsulu
- Səbəb-nəticə əlaqələri üsulu

580 611. Aşağıdakılardan hansıları “strategiyalar portfeli”nin formalaşmasına təsir göstərən amillər hesab olunur?

- bunların heç biri
- məhsulun əsas xüsusiyyətləri, firmanın strateji potensialı, dövlət tənzimlənməsinin məqsəd və üsulları
- istehlakçılar, tədarükçülər, texnologiyalar
- bunların hamısı
- rəqabət, reallaşdırılan və ya arzu olunan rəqabət üstünlükləri, sahənin əsas xüsusiyyətləri

581 610. Aşağıdakılardan hansı “strategiyalar portfeli”nin səviyyələrini əks etdirir?

- bunların heç biri
- Ayrıca biznes səviyyəsi

- Korporativ səviyyə
- bunların hamısı
- Funksional səviyyə

582 609. Strateji alternativlərin işlənməsi prosesində nə qədər strateji alternativ işlənməlidir?

- mövcud situasiyaya uyğun gələn ən azı 10 variant
- ən çoxu 2 variant
- alternativlərin sayı heç bir əhəmiyyət kəsb etmir
- mümkün qədər çox sayda
- daha real görünən bir variant

583 608. Strateji alternativləri bir-birindən fərqləndirən nədir?

- bunların hamısı yanlıştır
- hər bir strateji alternativ fərqli məsrəflərlə xarakterizə olunur
- hər bir strateji alternativ firmaya fərqli imkanlar təqdim edir
- bunların hamısı doğrudur
- hər bir strateji alternativ fərqli fəaliyyətlərlə xarakterizə olunur

584 607. Strateji planlaşdırmanın üçüncü mərhələsi nəyi nəzərdə tutur?

- diversifikasiyalı artım strategiyasının tətbiqini
- müxtəlif bazarlar arasından firmanın mənfəətinin maksimumlaşdırılmasını təmin edən bazarın seçilməsini
- müxtəlif məhsul növləri arasından ən gəlirli məhsulun seçilməsini və istehsalını
- firmanın qarşıya qoyduğu məqsədə aparan inkişaf alternativlərinin müəyyənləşdirilməsi, bunların qiymətləndirilməsi və ən əlverişli variantın seçilməsini
- daha məhsuldar və daha mütərəqqi texnologiyanın seçilməsini

585 606. "Strateji alternativlər" in izahı ilə bağlı verilən fikirlərdən hansı doğrudur?

- qarşıya qoyulan strateji məqsədə nail olması zamanı firmanın istifadə etdiyi bütün fəaliyyətlərin məcmusudur
- qarşıya qoyulan strateji məqsədi əks etdirən fərqli müəyyənləşmələrdir
- qarşıya qoyulan illik məqsədə doğru təşkilatın potensial hərəkət istiqamətidir
- qarşıya qoyulan strateji məqsədə doğru firmanın mümkün potensial hərəkət istiqamətlərini xarakterizə edir
- inkişaf strategiyasının reallaşdırılmasının nəticələrini qiymətləndirməyə imkan verən alternativ göstəricilərdir

586 605. İnkişaf strategiyasının işlənməsi zamanı firma niyə strateji seçim zərurəti ilə üzləşir?

- cavab variantlarından heç biri doğru deyil
- qarşıya qoyulan strateji məqsədlərə çatmağın yalnız bir strateji variantının mümkünlüyü üzündən
- 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 nail olmaq strateji əhəmiyyət kəsb etmədiyindən

587 604. Strateji alternativlərin formalaşdırılması və strateji seçim strateji planlaşdırmanın hansı mərhələsində həyata keçirilir?

- beşinci mərhələsində
- ikinci mərhələsində
- birinci mərhələsində
- üçüncü mərhələsində
- dördüncü mərhələsində

588 603. Strategiyanın seçilməsi (strateji seçim) nə deməkdir?

- diversifikasiyalı artım strategiyasının tətbiqini nəzərdə tutur.
- müxtəlif bazarlar arasından mənfəətin maksimumlaşdırılmasını təmin edən bazarın seçilməsini və həmin bazarda möhkəmlənməni nəzərdə tutur;
- müxtəlif məhsul növləri arasından ən gəlirli məhsulun seçilməsini və istehsalını nəzərdə tutur;

- Bu, firmanın qarşıya qoyduğu məqsədə aparan inkişaf alternativlərinin müəyyənləşdirilməsini, bunların qiymətləndirilməsini və ən əlverişli variantın seçilməsini nəzərdə tutur;
- daha məhsuldar və daha mütərəqqi texnologiyanın seçilməsini nəzərdə tutur;

589 242. Qapalı tipli səhmdar cəmiyyətinin səhmdarı necə məsuliyyət daşıyır?

- kollektiv məsuliyyət
- əlavə məsuliyyət
- tam məsuliyyət
- məhdud məsuliyyət
- fərdi məsuliyyət

590 241. Açıq tipli səhmdar cəmiyyətinin səhmdarı necə məsuliyyət daşıyır?

- tam məsuliyyət
- əlavə məsuliyyət
- fərdi məsuliyyət
- kollektiv məsuliyyət
- məhdud məsuliyyət

591 240. Kommersiya hüquqi şəxsinin mənfəəti kimlər arasında bölünür?

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

592 239. Təsərrüfat ortaqlılarının formaları hansılardır?

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

593 238. Kommersiya hüquqi şəxsləri hansı şəkildə yaradıla bilər?

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

594 237. Aşağıdakılardan hansı təsərrüfat cəmiyyətinin forması deyil?

- qapalı tipli səhmdar cəmiyyəti
- əlavə məsuliyyətli müəssisə
- məhdud məsuliyyətli müəssisə
- kommandit ortaqlığı
- açıq tipli səhmdar cəmiyyəti

595 236. Kommersiya hüquqi şəxslərinin əsas xarakteristikası hansıdır?

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

596 235. "Hüquqi şəxs xüsusi olaraq yaradılmış elə bir qurumdur ki" fikrini tamamlamaq üçün aşağıda verilmiş fikirlərdən hansı yanlıştır?

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

597 234. Sahibkarın təsisçilik və ya əmlak məsuliyyətinin forması hansıdır?

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

598 233. Aşağıdakı fikirlərdən hansı yanlıştır?

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

599 232. Aşağıdakı biliklərdən hansını tələbə "Firmanın inkişaf strategiyası" kursunun tədrisindən əldə edə bilməz?

- Firmanın inkişaf strategiyasının işlənilməsi üsulları
- Firmaların inkişaf strategiyalarının növləri və tipləri
- Strateji idarəetmənin mahiyyəti və metodoloji xüsusiyyətləri
- İqtisadiyyatın inkişaf proqnozlarının işlənilməsi üsulları
- Firmanın missiya və məqsədlərinin işlənilməsinə yanaşmalar

600 231. Aşağıdakılardan hansı "Firmanın inkişaf strategiyası" kursunun tədrisi qarşısında duran vəzifə hesab olunma bilməz?

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

601 230. "Firmanın inkişaf strategiyası" kursunun aşağıdakı kurslardan hansı ilə birbaşa əlaqəsi yoxdur?

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

602 229. Aşağıdakılardan hansı firmanın inkişafına strateji yanaşmanı vacib edən amil hesab edilmir?

- texnoloji istehsal üsullarının dəyişməsi
- sahə daxilində rəqabətin kəskinlik dərəcəsi
- xarici mühitdə baş verən dəyişikliklərin nəzərə alınması

- ölkə iqtisadiyyatında işsizliyin artması
- istehlakçıların tələbatlarının davamlı olaraq dəyişməsi

603 228. Aşağıdakılardan hansı firma üçün xüsusi önəm daşımaya bilər?

- fasiləsizlik
- məhsuldarlıq
- səmərəlilik
- mənfəətlilik
- rəqabətqabiliyyətlilik

604 227. Ümumi halda müəssisə və ya firmaların yaradılması formalarının sayı neçədir?

- 5.0
- 2.0
- 1.0
- 3.0
- 4.0

605 226. “Mənfəət əldə etmək” firma üçün nədir?

- səlahiyyətdir
- öhdəlikdir
- vəzifədir
- məqsəddir
- funksiyadır

606 225. “İqtisadi resursların bazar dövriyyəsi modeli”ndə aşağıdakılardan hansı iştirak etmir?

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

607 224. Bazar iqtisadiyyatı şəraitində kommərsiya firmalarının yaradılmasının əsas məqsədi nədir?

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

608 223. Aşağıdakılardan hansı istehsalın təşkili amilləri hesab olunan iqtisadi resursların sırasına aid deyil?

- sahibkarlıq qabiliyyəti
- kapital
- iş qüvvəsi
- vaxt
- torpaq

609 222. Firmanın inkişaf strategiyası nə qədər müddət üçün işlənir?

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

610 221. Müəssisənin inkişaf strategiyası:

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

611 220. Aşağıdakılardan hansı müəssisənin strateji inkişafının məqsədləri sırasına daxil edilə bilməz?

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

612 219. Firma üçün strateji idarəetmənin əhəmiyyəti nədədir?

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

613 218. Strateji idarəetmənin əsasını nə təşkil edir?

- strateji idarəetmənin üsulları.
- uzunmüddətli qərarlar;
- cari qərarlar;
- strateji qərarlar;
- firmanın missiyası;

614 217. Aşağıdakılardan hansı biri biznesdə strateji dəyişikliklər üçün əsas ola bilməz?

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

615 216. Müəssisənin (firmanın) inkişafının strateji idarə edilməsi zərurəti nədən yaranır?

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

616 215. Firmanın fəaliyyət mühiti:

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

617 214. Biznesdə strateji dəyişiklikləri zəruri edən nədir?

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

618 213. “Qərar qəbul etmə problemi” nə vaxt meydana çıxır?

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

619 212. Əhatə müddəti baxımından qərarların aşağıdakı növləri var:

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

620 211. Planlaşdırma ierarxiyası baxımından qərarların aşağıdakı növləri var:

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

621 210. “Qərar qəbul etmək” nə deməkdir?

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

622 209. Aşağıdakılardan hansı firmada idarəetmənin obyektinə ola bilər?

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

623 208. Firmanın idarə edilməsi nə deməkdir?

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

624 207. Sahibkarlıq fəaliyyətinin formaları hansılardır?

- tək təsisçili (fərdi) müəssisələr, ortaqlıqlar, cəmiyyətlər.
- təsərrüfat ortaqlıqları, təsərrüfat cəmiyyətləri, əlavə məsuliyyətli cəmiyyətlər, kooperativlər;

- Firma, şirkət, səhmdar cəmiyyəti, konsorsium, assosiasiya, trest, idarə;
- fiziki şəxs – sahibkar, hüquqi şəxs;
- fərdi (ailə) müəssisələri, məhdud məsuliyyətli müəssisələr, tam ortaqlıqlar, kommandit ortaqlıqlar, açıq və qapalı tipli səhmdar cəmiyyətləri;

625 206. İstehsal amillərindən (iqtisadi resurslardan) hansı təşkilətmə (birləşdirici) funksiyasını həyata keçirir?

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

626 205. Aşağıdakı müəyyənliklərdən hansı müəssisənin (firmanın) iqtisadi mahiyyətini daha dolğun əks etdirir?

- Müəssisə (firma) – istehsal və xidmət proseslərinin həyata keçirildiyi, mal və xidmətləri satmaqla gəlir əldə edən təsərrüfatçılıq subyektidir.
- 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) - 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) – müəyyən mülkiyyətə və hüquqi şəxs statusuna malik, məqsədi mənfəət əldə etmək olan və məhsulun istehsalını və satışını həyata keçirən təşkilati-təsərrüfat vahididir;

627 204. Müəssisələrin təşkili formaları hansılardır?

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

628 203. Bazar iqtisadi sistemində müəssisənin (firmanın) üzərinə düşən başlıca funksiya hansıdır?

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

629 202. Qiymətləndirmə:

- strategiyanın icrasına sərf edilən resursların məsrəf səviyyələrinin dəqiqləşdirilməsi və məsrəf normaları ilə tutuşdurulmasıdır
- firmanın ayrı-ayrı fəaliyyətlərinin icrasının resurs təminatının izlənilməsidir
- strategiyanın yerinə yetirilməsi üçün zəruri insan, material, avadanlıq və texnologiya kimi resursların cəlb olunmasıdır
- strategiyanın nəticələrinin təhlil olunması, həmin nəticələrin konkret indikatorlar və meyarlar əsasında təsirinin öyrənilməsidir
- strategiyanın mərhələləri üzrə işlərin icrası vəziyyətinin davamlı olaraq izlənilməsidir

630 201. “Beyin fırtınası” strateji yanaşması:

- firmanın rəhbərliyini narahat edən məsələlərin kollektiv həllinə əsaslanır

- rəqabət mübarizəsini aparmağın yeni üsullarının tətbiqini, düşüncə və təhlillərə yeni yanaşma tətbiq edilməsini zəruri edir
- iştirakçıların “kollektiv intellekti” nəticəsində meydana çıxan intellektual sistemin sinergizm effektinə əsaslanır
- iştirakçıların “kollektiv intellekti” nəticəsində meydana çıxan intellektual sistemin onu əmələ gətirən ayrı-ayrı intellektual elementlərin cəmindən daha yüksək və son dərəcə güclü ola biləcəyinə əsaslanır
- biznesin aparılmasının mövcud üsullarında və bazarla bağlı başlıca düşüncələrdə ciddi dəyişikliklərin yaranmasını və bunlara kollektiv yanaşmanı zəruri edir

631 200. İnnovasiya alternativləri strateji fəaliyyətlərdə nəyi tələb edir?

- biznesin aparılmasının mövcud üsullarının və bazarla bağlı başlıca düşüncələrinin davam etdirilməsini
- firmanın cari strategiyasında müəyyən düzəlişlərlə davam etdirilməsini n imtina edərək,
- firmanın əvvəllər qəbul edilmiş və hazırda istifadə etdiyi strategiyalarının düzəlişlərlə davam etdirilməsini
- düşüncə və təhlillərə yeni yanaşma tətbiq edilməsini
- rəqabət mübarizəsini eyni qaydada davam etdirilməsini

632 199. Portfel strateji yanaşmanın tətbiqi zamanı hansı alətdən istifadə edilmir?

- PİMS (Profit Impact of Market Strategies) layihəsi matrisi
- McKinsey və Artur D.Little məsləhət firmalarının matrisi
- Boston məsləhət qrupunun matrisi
- SWOT matrisi
- Ansoff matrisi

633 198. Strategiyanın alternativ variantlarının işlənilməsi zamanı həlledici əhəmiyyət daşıyan əsas amil hansıdır?

- texnologiya
- rəqiblər
- tədarükçülər
- istehlakçılar və onların öngörüləri (üstünlük verdiyi şeylər)
- sahənin xarakteristikası

634 197. İnkişaf strategiyasının işlənilməsi zamanı firmanın strateji seçim zərurəti ilə üzləşməsi:

- qarşıya qoyulan strateji məqsədlərə nail olmağın strateji əhəmiyyət kəsb etməməsi ilə bağlıdır
- qarşıya qoyulan strateji məqsədlərin çoxluğu ilə bağlıdır
- strateji məqsədlərə nail olmağın yalnız bir variantının işlənilməsi qanunla yolverilməz olması ilə bağlıdır
- qarşıya qoyulan strateji məqsədlərə çatmağın bir neçə strateji alternativinin olması ilə bağlıdır
- qarşıya qoyulan strateji məqsədlərə çatmağın çox sayda strateji variantının işlənilməsini hüquqi normaların tələb etməsi ilə bağlıdır

635 196. Strateji planlaşdırmanın dördüncü mərhələsində:

- qarşıya qoyulan məqsədin reallaşdırılması üçün zəruri olan tərəfdaşlar müəyyənləşdirilir və onlarla danışıqlar aparılır
- firmanın inkişaf strategiyası dəqiqləşdirilir
- firmanın rəqiblərinin analizi aparılır
- fəaliyyətlərin izlənilməsi və nəticələrin qiymətləndirilməsi indikatorları (göstəriciləri) və üsulları işlənilir
- firmanın strateji məqsəd və hədəflərinə nail olma yolları, vasitələri və üsulları müəyyən edilir;

636 195. Strateji planlaşdırmanın dördüncü mərhələsində həyata keçirilən fəaliyyətlərə aid deyil?

- nəticələrin və nəticələr üzrə kənarlaşmaların qiymətləndirilməsi qaydası işlənilir
- aralıq və son nəticələr üzrə göstəricilər dəqiqləşdirilir
- monitorinq və hesabatlılıq üsulları müəyyən edilir
- strategiyanın reallaşdırılmasına başlanılır
- nəticələrin ölçülməsi üsulları və qaydaları dəqiqləşdirilir

637 194. Aşağıdakılardan hansı strateji planlaşdırmanın üçüncü mərhələsində həyata keçirilən fəaliyyətlərə aid deyil?

- fəaliyyətlərin büdcəsi və maliyyələşdirmə mənbələri müəyyən edilir
- detallı iş planları və fəaliyyət proqramı hazırlanır
- məqsəd və hədəflərə nail olma (çatma) üsulları və vasitələri müəyyən edilir;
- monitorinq və hesabatlılıq sistemi müəyyən edilir
- məsrəflər (xərclər) qiymətləndirilir

638 193. Strateji planlaşdırmanın üçüncü mərhələsində əsasən hansı işlər yerinə yetirilir?

- fəaliyyətlərin izlənilməsi və nəticələrin qiymətləndirilməsi indikatorları və üsulları işlənir.
- firmanın maliyyə və resurs potensialı qiymətləndirilir
- firmanın missiyası, baxışları, məqsəd və hədəfləri müəyyənləşdirilir
- firmanın strateji məqsəd və hədəflərinə nail olma yolları, vasitələri və üsulları müəyyən edilir;
- firmanın mövcud vəziyyətinin təhlili aparılır

639 700. Biznesin sosial məsuliyyəti:

- geosiyasi təşəbbüsdür.
- milli təşəbbüsdür;
- yerli təşəbbüsdür;
- qlobal təşəbbüsdür;
- regional təşəbbüsdür;

640 699. Aşağıdakılardan biri biznesin şirkətdənkənar sosial məsuliyyətinə aid deyil:

- mal və xidmətlərin istehlakçıları qarşısında məsuliyyət (keyfiyyətli malların buraxılması).
- yerli icmalarla və yerli hakimiyyətlə qarşılıqlı əməkdaşlıq;
- ətraf mühitin mühafizəsinə yardım;
- əmək haqqının sabitliyi;
- kritik situasiyalarda iştiraka hazırlıq;

641 698. Aşağıdakılardan biri biznesin şirkətdaxili sosial məsuliyyətinə aid deyil:

- kritik situasiyalarda işçilərə yardım göstərilməsi.
- əməkdaşların (işçilərin) əlavə tibbi və sosial sığortası;
- əməyin təhlükəsizliyi və əmək haqqının sosial əhəmiyyətli səviyyədə saxlanması;
- sponsorluq və korporativ xeyriyyəçilik.
- insan resurslarının inkişafı (təhsil proqramları, yenidən hazırlanma və ixtisasın artırılması proqramları vasitəsi ilə);

642 697. Biznesin sosial məsuliyyəti 2 qrupa ayrılır:

- milli və beynəlxalq;
- şirkətdaxili və şirkətdənkənar;
- ümumi və xüsusi.
- sosial və korporativ;
- yerli və regional;

643 696. Biznesin sosial məsuliyyəti barədə aşağıdakı fikirlərdən hansı yanlıştır?

- Bu zaman biznes özünü "korporativ vətəndaş" kimi aparır və fəaliyyətini həyata keçirdiyi cəmiyyətin mühüm problemlərinə nəinki laqeyd qalmır, əksinə onların həllində maraqlı olur.
- 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 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;

- bu, sadəcə biznes qərarlarının qəbulu prosesində hərəkətə gəlməli olan etik prinsip deyil, qanunla müəyyən edilmiş icbari cavabdehlikdir;
- biznesin sosial məsuliyyəti - biznes-qərarları qəbul edənlərin həmin qərarların birbaşa və ya dolayısı təsirlərinə məruz qalanlar qarşısında cavabdehliyidir;

644 695. Aşağıdakılardan hansını strategiyanın həyata keçirilməsi üzrə idarəetmə vəzifələrinə aid etmək olar?

- ölkənin informasiya sistemində zəruri dəyişikliklərin aparılması
- mövcud təşkilati idarəetmə strukturlarının sayının artırılması
- yeni strategiya qəbul ediləndə fərdi şirkətdə olan təşkilati mədəniyyətin və idarəetmə üslubunun qorunub saxlanılmasına (dəyişilməməsinə) nail olmaq
- qəbul edilmiş strategiyaya uyğun yeni təşkilati mədəniyyətin və strateji idarəetmə üslubunun formalaşdırılması
- firmanın uzunmüddətli perspektiv planlaşdırma sistemindən imtina etməsi

645 694. Aşağıdakılardan hansını strategiyanın həyata keçirilməsi üzrə idarəetmə vəzifələrinə aid etmək olmaz?

- strateji məqsədlərə nail olmaq üçün əldə edilən informasiya əsasında fəaliyyətin davamlı təkmilləşdirilməsi sisteminin yaradılması
- strategiyanın həyata keçirilməsini təmin edən büdcənin işlənilməsi
- strategiyanı həyata keçirməyə qadir təşkilati strukturun qurulması
- yeni strategiya qəbul ediləndə fərdi şirkətdə olan təşkilati mədəniyyətin və idarəetmə üslubunun qorunub saxlanılmasına (dəyişilməməsinə) nail olmaq
- təşkilatın informasiya sistemində zəruri dəyişikliklərin aparılması, strateji informasiyanın toplanması və təhlili sisteminin qurulması

646 693. Aşağıdakılardan hansıları strateji proqrama aid edilir?

- bunların heç biri
- strategiyanın reallaşdırılması qrafiki
- strategiyanın reallaşdırılması planı
- bunların hamısı
- strategiyanın resurs təminatı

647 692. Müasir dövrdə idarəetmənin təşkilati strukturlarının modifikasiyası prosesi əsasən hansı istiqamətlərdə gedir?

- bunların heç biri
- yeniliklərin tətbiqi ekspansiyası, yeni bazarların axtarılması və əməliyyatların diversifikasiyası (şaxələnməsi)
- istehsal və satış əməliyyatlarının əksmərkəzləşməsi
- bunların hamısı
- əksbürokratlaşdırma, heyətin yaradıcı və istehsal faydalı iş əmsalının daima yüksəldilməsi

648 691. Aşağıdakı xüsusiyyətlərdən hansıları müasir idarəetmə strukturlarına xas deyil?

- bunların hamısı
- idarəetmə səviyyələrinin sayının çox olması
- peşəkarlıq səviyyəsi aşağı olan, sayca çox işçilərə malik böyük bölmələrin mövcudluğu
- bunların heç biri
- firmanın anbarlarında böyük həcmə ehtiyatların mövcudluğu

649 690. İstehsalın idarə edilməsinin səmərəli təşkilati strukturlarının yaradılması prinsiplərindən hansı biri düzgün verilməyib?

- hər bir işçinin son nəticələrə görə cavabdehliyi və təşəbbüskarlıq imkanları
- təşkilati strukturun əsasını funksiyalar və şöbələr yox, mütəxəssislərin məqsədli qrupları (komandalər) təşkil edir
- struktur bölmələrinin funksiyaların yerinə yetirilməsinə yox, məhsula, bazara yaxud istehlakçıya yönləndirilməsi
- idarəetmə səviyyələrinin sayının maksimuma və dar nəzarət sferasına yönləndirilməsi
- idarəetmə səviyyələrinin sayının minimuma və geniş nəzarət sferasına yönləndirilməsi

650 689. Firmada strateji idarəetmə elementlərinin kompleks tətbiqi üçün nə tələb olunur?

- strateji idarəetmənin fərdiləşdirilmiş sisteminin yaradılması
- strateji idarəetmənin qaydalar sisteminin yaradılması
- strateji idarəetmənin qeyri-formal sisteminin yaradılması
- strateji idarəetmənin rəsmiləşdirilmiş sisteminin yaradılması
- strateji idarəetmənin nəzəri əsaslarının yaradılması

651 688. Firmada strategiyanın həyata keçirilməsinin səmərəliliyinin qiymətləndirilməsi hansı səviyyələr üzrə aparıla bilər?

- bunların heç biri
- qarşıya qoyulmuş strateji məqsədlərə nail olunma dərəcəsi
- ayrı-ayrı strateji proqramların reallaşdırılmasının səmərəliliyi
- bunların hamısı
- qarşıya qoyulmuş strateji məqsədlərin payçıların maraqlarına uyğunluq dərəcəsi

652 687. Aşağıdakılardan hansı biri strategiyanın uğurla həyata keçirilməsinin çox əhəmiyyətli və son dərəcə vacib şərti hesab olunur?

- Strategiyanın həyata keçirilməsi üçün firmanın rəqiblər arasında özünə tərəfdaşlar müəyyənləşdirməsi
- Strategiyanın həyata keçirilməsinə firmanın bölmələr səviyyəsində menecerlər heyətinin motivasiyası
- Strategiyanın həyata keçirilməsinə firmanın yuxarı idarəetmə heyətinin yüksək səviyyədə motivasiyası
- Strategiyanın həyata keçirilməsinə firmanın bütün heyətinin kifayət qədər motivasiyası
- Strategiyanın həyata keçirilməsinə firmanın sahibkarlarının kifayət qədər motivasiyası

653 686. Firmanın strategiyasının həyata keçirilməsinin zəruri şərtləri hansılardır?

- bunların heç biri
- Strategiya dəqiq strateji göstərişlər sistemi şəklində firmanın bütün səviyyələrdən olan menecerlərinə çatdırılmalıdır
- Strategiya bütün zəruri resurslarla, xüsusilə maliyyə vəsaitləri ilə təmin edilməlidir
- bunların hamısı
- Korporativ strategiyanın bütün əsas məqamları, bütün cari strateji göstərişlər təşkilatın bütün heyətinin diqqətinə çatdırılmalıdır

654 685. Strategiyanın reallaşdırılması zamanı “heyətin idarə edilməsi sisteminin təkmilləşdirilməsi” vəzifəsinə nə aid edilir?

- komandanın yaradılması
- maddi və mənəvi mükafatlandırma sisteminin işlənilməsi
- başlıca mövqelərə (vəzifələrə) kadrların seçilməsi
- bunların hamısı
- strategiyanın reallaşdırılması naminə yeni motivasiya mexanizmlərinin tətbiq edilməsi

655 684. Strategiyanın həyata keçirilməsi mərhələsi hansı tərkib hissələrindən ibarətdir?

- firmada (təşkilatda) strateji dəyişikliklərin edilməsi
- bunların heç biri
- strategiyanın bölmələr arasında bölünməsi
- strategiyanın reallaşdırılmasının idarə edilməsi
- bunların hamısı

656 683. Strateji nəzarətin qeyd edilən xüsusiyyətlərindən hansı doğru deyil?

- təşkilatın missiyasına və strategiyasına uyğun olması
- nəticəyə yönəlik olması
- vaxtlı-vaxtında olması
- mürəkkəbliyi
- qənaətli olması

657 677. Firmada strategiyanın həyata keçirilməsinin səmərəliliyinin qiymətləndirilməsi neçə səviyyə üzrə aparıla bilər?

- 5.0
 2.0
 1.0
 3.0
 4.0

658 676. Aşağıdakılardan hansı strategiyanın reallaşdırılmasının idarə edilməsinin elementi hesab edilir?

- strateji nəzarət
 strategiyanın icrasının resurslarla təminatının təşkili
 strategiyanın icrasının planlaşdırılması
 bunların hamısı
 heyətin motivasiyası

659 675. Firmada (təşkilatda) strateji dəyişikliklərin edilməsi nəyi nəzərdə tutur?

- idarəetmənin əsas funksiyalarının yerinə yetirilməsi
 strategiyanın reallaşdırılmasının rəqib firmalara təsirinin aşkarlanması
 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 bazara və onun elementlərinə təsirinin aşkarlanması və bazanın bu təsirlərə uyğunlaşdırılması

660 674. Strategiyanın həyata keçirilməsi mərhələsi bir-biri ilə vəhdətdə olan neçə tərkib hissəsindən ibarətdir?

- 6.0
 4.0
 3.0
 2.0
 5.0

661 673. Firmanın gələcək uğuru səmərəli inkişaf strategiyasının işlənməsi ilə yanaşı, həm də bu strategiyanın... – fikri aşağıdakı ifadələrdən hansı ilə tamamlamaq olar?

- heyətə necə izah edilməsindən asılıdır
 düzgün təqdim edilməsindən asılıdır
 düzgün formallaşdırılmasından asılıdır
 səmərəli həyata keçirilməsindən asılıdır
 necə cəmiyyətə çatdırılmasından asılıdır

662 672. Differensasiya strategiyasını tətbiq edən firma necə davranır?

- şirkət unikal və təkrarsız məhsullar təklif etmək yolu ilə rəqiblərini bazar segmentindən sıxışdırıb çıxarmağa çalışır.
 şirkət müəyyən bir əlamət üzrə istehlakçıların daha dar bir segmentində möhkəmlənməyə çalışır;
 rəqiblərlə müqayisədə daha aşağı qiymətlər hesabına şirkət daha çox alıcı cəlb etməyə çalışır;
 rəqiblərin məhsulları ilə müqayisədə şirkət öz məhsulunun fərqli cəhətlərini artırmaq hesabına daha çox alıcı cəlb etməyə çalışır;
 şirkət rəqiblərin qiymətləri səviyyəsini saxlamaqla məhsulun keyfiyyətini – istehlak dəyərini – artırmaq hesabına daha çox alıcı cəlb etməyə çalışır;

663 671. Fokuslaşma strategiyasını tətbiq edən firma necə davranır?

- şirkət unikal və təkrarsız məhsullar təklif etmək yolu ilə rəqiblərini bazar segmentindən sıxışdırıb çıxarmağa çalışır.
- şirkət müəyyən bir əlamət üzrə istehlakçıların daha dar bir segmentində möhkəmlənməyə çalışır;
- 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 rəqiblərin qiymətləri səviyyəsini saxlamaqla məhsulun keyfiyyətini – istehlak dəyərini – artırmaq hesabına daha çox alıcı cəlb etməyə çalışır;

664 670. Qiymət liderliyi strategiyasını tətbiq edən firma necə davranır?

- şirkət unikal və təkrarsız məhsullar təklif etmək yolu ilə rəqiblərini bazar segmentindən sıxışdırıb çıxarmağa çalışır.
- şirkət müəyyən bir əlamət üzrə istehlakçıların daha dar bir segmentində möhkəmlənməyə çalışır;
- 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 rəqiblərin qiymətləri səviyyəsini saxlamaqla məhsulun keyfiyyətini – istehlak dəyərini – artırmaq hesabına daha çox alıcı cəlb etməyə çalışır;

665 669. Aşağıdakı uyğunluqlardan hansı yanlıştır?

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

666 668. Aşağıdakı uyğunluqlardan hansı doğrudur?

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

667 667. “Astagəl begemotlar” vəziyyətində olan firmalar biznesin inkişafının etalon strategiyalarından hansına üstünlük verirlər?

- hamısına.
- ixtisaretmə strategiyaları;
- təmərküzləşdirici artım strategiyaları;
- integrallaşdırılmış artım strategiyaları;
- diversifikasiyalı artım strategiyaları;

668 666. Patient müəssisələr biznesin inkişafının etalon strategiyalarından hansına üstünlük verirlər?

- integrallaşdırılmış artım strategiyaları;
- təmərküzləşdirici artım strategiyaları;
- bunların heç biri
- ixtisaretmə strategiyaları;
- diversifikasiyalı artım strategiyaları;

669 655. Violent müəssisələr biznesin inkişafının etalon strategiyalarından hansına üstünlük verirlər?

- ixtisaretmə strategiyaları;
- integrallaşdırılmış artım strategiyaları və diversifikasiyalı artım strategiyaları
- təmərküzləşdirici artım strategiyaları;
- integrallaşdırılmış artım strategiyaları;
- diversifikasiyalı artım strategiyaları;

670 654. Patient müəssisələr hansılardır?

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

671 653. Kommutant müəssisələr hansılardır?

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

672 652. Violent müəssisələr hansılardır?

- innovativ məhsul və xidmətlərlə bazara yeni daxil olan 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.
- bazarın müəyyən segmentini tutan və bazar payını böyütməyə cəhd göstərən dərin ixtisaslaşmış müəssisələr;
- bazara ənənəvi məhsul və xidmətlərlə yeni daxil olan müəssisələr;

673 651. Eksplərent müəssisələr hansılardır?

- bazar lideri olan, aqressiv rəqabətə meylli, diversifikasiyalı istehsala malik nəhəng transmilli şirkətlər.
- innovativ məhsul və xidmətlərlə bazara yeni daxil olan müəssisələr;
- bazara ənənəvi məhsul və xidmətlərlə 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;

674 650. Aşağıdakı davranış tiplərindən hansı biri nəhəng şirkətlərə aid edilə bilməz?

- “astagəl begemotlar”.
- patient
- violent;
- “məğrur aslanlar”;
- “qüdrətli fillər”;

675 649. Kommutant müəssisələrin bazar davranışı hansı heyvanın davranış tərzinə bənzədilir?

- “hiyləgər” tülkülər”;
- “boz siçanlar”;
- “astagəl begemotlar”.
- “məğrur aslanlar”;
- “ilk qaranquşlar”;

676 648. Eksplərent müəssisələrin bazar davranışı hansı heyvanın davranış tərzinə bənzədilir?

- “məğrur aslanlar”;
- boz siçanlar”;
- “ilk qaranquşlar”;
- “hiyləgər” tülkülər”;
- “astagəl begemotlar”.

677 647. Violent müəssisələrin bazar davranışı hansı heyvanın davranış tərzinə bənzədilir?

- “boz siçanlar”;
- “məğrur aslanlar”;
- “qüdrətli fillər”.
- “ilk qaranquşlar”;
- “hiyləgər” tülkülər”;

678 646. Patient müəssisələrin bazar davranışı hansı heyvanın davranış tərzinə bənzədilir?

- “qüdrətli fillər”.
- “hiyləgər” tülkülər”;
- “boz siçanlar”;
- “ilk qaranquşlar”;
- “məğrur aslanlar”;

679 645. Aşağıdakılardan hansı firmanın həyat tsiklinin müxtəlif mərhələlərinə uyğun bazar davranışı tiplərinə aid deyil?

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

680 644. Aşağıdakılardan hansı firmanın həyat tsiklinin mərhələsi deyil?

- yaranma mərhələsi;
- böyümə və inkişaf mərhələsi;
- tənəzzül mərhələsi;
- yetkinlik mərhələsi;
- müflisləşmə və iflas mərhələsi