



**КАФЕДРА ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ  
ТА БІЗНЕС-АНАЛІТИКИ**

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ЛЬВІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ІВАНА ФРАНКА  
ФАКУЛЬТЕТ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСАМИ ТА БІЗНЕСУ**

**ЗАТВЕРДЖЕНО**  
на засіданні кафедри цифрової економіки  
та бізнес-аналітики  
протокол № 6 від “19” січня 2021 р.

Зав. кафедри \_\_\_\_\_ Шевчук І.Б.  
(підпис)

**ЗАСОБИ ДІАГНОСТИКИ  
НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

Конкурентний моніторинг бізнесу  
(назва навчальної дисципліни)

галузь знань: 05 «Соціальні та поведінкові науки»  
(шифр та найменування галузі знань)

спеціальність: 051 “Економіка”  
(код та найменування спеціальності)

спеціалізація: Інформаційні технології в бізнесі  
(найменування спеціалізації)

освітній ступінь: магістр  
(бакалавр/магістр)

**Укладач:**

Старух А.І., доцент, к.е.н.,  
(ПІБ, посада, науковий ступінь, вчене звання)

**ЛЬВІВ 2020**

|   |  |
|---|--|
| 1 | <p><b>Бенчмаркінг – це:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– підхід до планування діяльності компанії, що передбачає безперервний процес оцінки рівня продукції, послуг і методів роботи, що відкриває, що вивчає і оцінює все краще в інших організаціях з метою використання отриманих знань у роботі своєї організації</li> <li>– діяльність, за допомогою якої фірма вивчає "кращу" продукцію, маркетинговий процес, використовуваний прямими конкурентами і фірмами</li> <li>– це спосіб оцінки стратегій і цілей роботи організації в порівнянні з першокласними підприємницькими організаціями для визначення свого місця на конкретному ринку.</li> <li>– Всі відповіді вірні</li> </ul> |
| 2 | <p><b>Орієнтація на продукт, вивчення технічних переваг продукції конкурентів і впровадження відповідних змін у власному виробництві – це:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Реінжиніринг</li> <li>– Конкурентний бенчмаркінг</li> <li>– Стратегічний бенчмаркінг</li> <li>– Глобальний бенчмаркінг</li> </ul>  |
| 3 | <p><b>Орієнтація на довгострокове вдосконалення; внесення фундаментальних змін у бізнес-процеси – це:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Реінжиніринг</li> <li>– Конкурентний бенчмаркінг</li> <li>– Стратегічний бенчмаркінг</li> <li>– Глобальний бенчмаркінг</li> </ul>   |
| 4 | <p><b>Поглиблення вивчення внутрішніх процесів, розширення наукової та інформаційної бази бенчмаркінгу – це:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Реінжиніринг</li> <li>– Конкурентний бенчмаркінг</li> <li>– Реверсний бенчмаркінг</li> <li>– Глобальний бенчмаркінг</li> </ul>   |
| 5 | <p><b>Мета бенчмаркінгу:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Підвищення ефективності власної діяльності та завоювання переваг у конкурентній боротьбі.</li> <li>– Підвищити ефективність діяльності фірми та вийти в першість</li> <li>– Отримання прибутку</li> <li>– Жодна відповідь не правильна</li> </ul>  |
| 6 | <p><b>Що виступає предметом бенчмаркінгу?</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– технологія,</li> <li>– виробничі процеси,</li> <li>– забезпечення безпеки</li> <li>– усі відповіді вірні</li> </ul>   |
| 7 | <p><b>Що являє собою принцип вірогідності бенчмаркінгу?</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Бенчмаркінг – це порівняння характеристик, обмірюваних на декількох підприємствах; метою є встановлення того, чому існують розходження в характеристиках і як досягти їх найкращого значення. Бенчмаркінг має проводитися на основі фактичних даних, точного аналізу і вивчення процесу, а не тільки на базі інтуїції</li> <li>– Оперативні процеси партнерів повинні бути схожими.</li> <li>– Бенчмаркінг є діяльністю, заснованою на взаємовідносинах, згоді й обміні даними, що забезпечують "виграшну" ситуацію для обох сторін.</li> </ul>   |
| 8 | <p><b>Принцип взаємності в бенчмаркінгу.</b></p>   |

|    |  |
|----|--|
|    | <ul style="list-style-type: none"> <li>– Бенчмаркінг – це порівняння характеристик, обмірюваних на декількох підприємствах; метою є встановлення того, чому існують розходження в характеристиках і як досягти їх найкращого значення.</li> <li>– Бенчмаркінг має проводитися на основі фактичних даних, точного аналізу і вивчення процесу, а не тільки на базі інтуїції</li> <li>– Оперативні процеси партнерів повинні бути схожими.</li> <li>– Бенчмаркінг є діяльністю, заснованою на взаємовідносинах, згоді й обміні даними, що забезпечують "виграшну" ситуацію для обох сторін.</li> </ul>  |
| 9  | <p><b>Принцип аналогії в бенчмаркінгу.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Бенчмаркінг – це порівняння характеристик, обмірюваних на декількох підприємствах; метою є встановлення того, чому існують розходження в характеристиках і як досягти їх найкращого значення.</li> <li>– Бенчмаркінг має проводитися на основі фактичних даних, точного аналізу і вивчення процесу, а не тільки на базі інтуїції</li> <li>– Оперативні процеси партнерів повинні бути схожими.</li> <li>– Бенчмаркінг є діяльністю, заснованою на взаємовідносинах, згоді й обміні даними, що забезпечують "виграшну" ситуацію для обох сторін.</li> </ul> |
| 10 | <p><b>Принцип виміру в бенчмаркінгу.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Бенчмаркінг – це порівняння характеристик, обмірюваних на декількох підприємствах; метою є встановлення того, чому існують розходження в характеристиках і як досягти їх найкращого значення.</li> <li>– Бенчмаркінг має проводитися на основі фактичних даних, точного аналізу і вивчення процесу, а не тільки на базі інтуїції</li> <li>– Оперативні процеси партнерів повинні бути схожими.</li> <li>– Бенчмаркінг є діяльністю, заснованою на взаємовідносинах, згоді й обміні даними, що забезпечують "виграшну" ситуацію для обох сторін.</li> </ul>   |
| 11 | <p><b>Основні завдання бенчмаркінгу:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Проаналізувати свою діяльність</li> <li>– Досягти переваги</li> <li>– Знайти конкурентів і лідерів галузі</li> <li>– Усі відповіді вірні</li> </ul>  |
| 12 | <p><b>У чому полягає сутність застосування бенчмаркінгу?</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Аналіз бізнес-процесів кращих підприємств</li> <li>– Розуміння аспектів власних бізнес-процесів</li> <li>– Порівняння результатів своєї діяльності з роботою конкурента</li> <li>– Усі відповіді вірні</li> </ul>  |
| 13 | <p><b>Дозволяє підприємству детально вивчити власну діяльність через призму порівняння якості, характеру та результатів роботи структурних підрозділів – це</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– галузевий бенчмаркінг</li> <li>– фірмовий бенчмаркінг</li> <li>– внутрішній бенчмаркінг</li> <li>– зовнішній бенчмаркінг</li> </ul>   |

[Продовжити перегляд](#)

Викладач

\_\_\_\_\_ (підпис)

Старух А.І.  
(прізвище та ініціали)