



**ВСЕРОССИЙСКАЯ ОЛИМПИАДА  
«ОСНОВЫ СЕРВИСНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ»**

*Выберите правильный ответ*

**1. Укажите три ключевых понятия, которые используются при определении сервиса:**

- 1) опрос, профессионализм, качество;
- 2) услуга, спрос, специалист;
- 3) деятельность, потребность и услуга.

**2. Какие главные формы человеческой деятельности положены в основу классификации сервисной деятельности:**

- 1) исследовательская;
- 2) потребительская (пользовательская);
- 3) ценностно-ориентационная.

**3. К основным услугам в гостиничном бизнесе не относится:**

- 1) бронирование номеров;
- 2) прием и размещение;
- 3) расчет при выезде.

**4. К направлению коммуникативной сервисной деятельности можно отнести:**

- 1) рекламные услуги;
- 2) организацию конференций, выставок, переговоров, общения в Интернете;
- 3) психодиагностику.

**5. Укажите факторы, не влияющие на развитие сервисной деятельности:**

- 1) уровень развития экономики и хозяйственная система;
- 2) мораль и культурные традиции, сложившиеся в данном обществе;
- 3) общественные структуры: политические партии.

**6. В чем заключается неосязаемость услуги:**

- 1) процесс предоставления и потребления услуг протекает одновременно, и потребители являются непосредственными участниками этого процесса;
- 2) услуги не могут быть протестированы и оценены прежде, чем покупатель их оплатит;
- 3) они во многом зависят от квалификации работника, его индивидуально-личностных черт и настроения.

**7. Состояние человека, складывающееся на основе противоречия между имеющимся и необходимым (или тем, что кажется человеку необходимым) и побуждающее его к деятельности по устранению данного противоречия, это:**

- 1) спрос;
- 2) потребность;
- 3) мотивация.

**8. Отличительными особенностями услуг являются:**

- 1) неразрывность производства и потребления услуги;
- 2) несохраняемость услуг;
- 3) незабываемость услуг.

**9. Под методом или формой обслуживания следует понимать:**

- 1) определенный способ предоставления услуг заказчику;
- 2) предоставление информации клиенту;
- 3) оказание услуги клиенту.

**10. Сервисная деятельность – это:**

- 1) активность людей, вступающих в специфические взаимодействия по реализации общественных, групповых и индивидуальных услуг;
- 2) управление предприятием сферы сервиса (например, автосервисом, банком);
- 3) продукт труда, полезный эффект которого выступает в форме товара.

**11. Услуга обладает следующими качествами:**

- 1) способность к хранению и транспортировке;
- 2) неотделимость от своего источника;
- 3) неизменностью качества.

**12. К некоммерческим услугам относят:**

- 1) услуги предприятий туризма и отдыха;
- 2) услуги организаций общественного питания;
- 3) услуги благотворительных фондов.

**13. Целью сервисной деятельности является:**

- 1) удовлетворение человеческих потребностей;
- 2) исследование рынка услуг;
- 3) производство услуг.

**14. Контактной зоной не является:**

- 1) зона ремонта бытовой техники;
- 2) рабочее место парикмахера;
- 3) рабочее место стоматолога.

**15. Получение услуги без личного взаимодействия с исполнителем услуги называют:**

- 1) бесконтактным;
- 2) формальным;
- 3) бесплатным.

**16. Физические потребности — это потребности в:**

- 1) в общественной деятельности;
- 2) во сне;
- 3) в творческой деятельности.

**17. Методы удовлетворения сферой сервиса человеческих потребностей:**

- 1) бесконтактное обслуживание;
- 2) фирменное обслуживание;
- 3) неформальное обслуживание.

**18. Процесс принятия решения потребителем состоит из следующих стадий:**

- 1) поиск информации, осознание проблемы, оценка вариантов, решение о покупке.
- 2) осознание проблемы, поиск информации, оценка вариантов, решение о покупке, реакция на покупку.
- 3) реакция на покупку, поиск информации, осознание проблемы, решение о покупке, реакция на покупку.

**19. В практической психологии выделяют четыре межличностных расстояния. Интимное расстояние - общение близких или хорошо знакомых людей.**

- 1) 0 – 45 см;
- 2) 45 – 120 см;
- 3) 120 – 400 см.

**20. Что такое Франчайзинг?**

- 1) компания-владелец известной торговой марки разрешает другой компании ставить эту торговую марку на свою продукцию, но при этом получает право контроля качества продукции, первоначальный взнос и процент от валовой прибыли.
- 2) компания-владелец известной торговой марки разрешает другой компании ставить эту торговую марку на свою продукцию, но при этом получает право контроля качества;
- 3) компания-владелец известной торговой марки продает торговую марку другой компании.

**21. Укажите внешние факторы, влияющие на покупательское поведение:**

- 1) социальный статус;
- 2) выгода;
- 3) мотив.

**22. Характеристика услуг:**

- 1) неопределенность качества;
- 2) могут накапливаться;
- 3) передача собственности.

**23. Характеристика товаров:**

- 1) неоднородность;
- 2) индивидуальность;
- 3) осязаемость.

**24. Виды сервиса по содержанию работ. Что такое жесткий сервис?**

- 1) включает в себя все услуги по поддержанию работоспособности, безотказности и заданных параметров работы (выполнение нормативов, регламентирующих выполнение услуги);
- 2) включает комплекс интеллектуальных услуг, связанных с более эффективной эксплуатацией товара в конкретных условиях работы у данного потребителя, а также с расширением сферы полезности товара для него;
- 3) сервис не связан с проданным товаром, оказанной услугой, а нацелен на поддержание хороших взаимоотношений с потребителем.