|  |
| --- |
| Державний університет «Житомирська політехніка»Факультет бізнесу та сфери обслуговуванняКафедра цифрової економіки та міжнародних економічних відносинСпеціальність: 051 «Економіка»Освітній рівень: «магістр» |
| «ЗАТВЕРДЖУЮ»Проректор з НПР\_\_\_\_\_\_\_ Андрій МОРОЗОВ«\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_2020 р. | Затверджено на засіданні кафедри цифрової економіки та міжнародних економічних відносинпротокол №\_\_ від «\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 2020 р.Завідувача кафедри \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Катерина ШИМАНСЬКА«\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_2020 р. |
| ТЕСТОВІ ЗАВДАННЯ **ІНТЕРНАЦІОНАЛІЗАЦІЯ МАЛИХ ТА СЕРЕДНІХ ПІДПРИЄМСТВ** |

|  |  |
| --- | --- |
| №п/п | Текст завдання |
| 1. | Група підприємств, що функціонують у різних країнах, але контролюються штаб-квартирою, яка міститься в одній конкретній країні, – це: |
| 2. | Девіз глобальних компаній «Весь світ — мій ринок!» означає, що: |
| 3. | Чинники міжнародного макросередовища для компанії, яка інтернаціоналізується, є: |
| 4. | Чинники міжнародного мікросередовища для компанії, яка інтернаціоналізується, є: |
| 5. | Основною перевагою непрямого експорту (через посередника) є: |
| 6. | Модель виходу на закордонний ринок, за якої обидвісторони безпосередньо фінансують спільний проект без створення юридичної особи, називається: |
| 7. | Надайте пояснення, як називається регулювання зовнішньої економічної діяльності через дозволи, які видають державні органи на експорт або імпорт: |
| 8. | При виході на зарубіжний ринок підприємства зіштовхуються з різними видами торгових обмежень. Кількісне обмеження товарів, що дозволені до ввозу в країну, називається: |
| 9. | Підприємство планує вихід на зарубіжний ринок та повинно вивчити тарифні бар’єри. Що відноситься до цього виду бар’єрів? |
| 10. | Глобальна маркетингова стратегія – це:  |
| 11. | Розширення діяльності підприємства за допомогою об’єднання або взяття під контроль інших підприємств – це: |
| 12. | Українська фармацевтична фірма організувала за кордоном дочірнє підприємство. До якої форми організації міжнародного бізнесу це відноситься: |
| 13. | До причин, що спонукають підприємство виходити на зовнішні ринки, не відносять: |
| 14. | Фірма планує свою діяльність на міжнародному ринку. Реалізація товарів за допомогою власного збутового відділу, філіалу або представництва в зарубіжній крайні називається: |
| 15. | Підприємство планує збут власної продукції в іншій країні шляхом передачі її у власність іноземного посередника. Визначте форму виходу підприємства на зарубіжний ринок. |
| 16. | Підприємство планує діяльність в іншій країні шляхом встановлення партнерських відносин з зарубіжною компанією з метою суміщення виробництва і маркетингу. Визначте форму виходу підприємства на зарубіжний ринок. |
| 17. | Підприємство планує виробництво та збут власної продукції в іншій країні. При цьому підприємство ретельно контролює зарубіжні операції з виробництва і маркетингу. Визначте форму виходу підприємства на зарубіжний ринок. |
| 18. | Позиціонування у міжнародній маркетинговій діяльності – це: |
| 19. | Фірми користуються послугами маркетингових посередників, щоб: |
| 20. | Прямим каналом називається той, за допомогою якого товар продається: |
| 21. | Виробникові доцільно використовувати прямі канали збуту в разі якщо: |
| 22. | Рішення про створення марочних позначень вводяться з метою: |
| 23. | «Паблік-рилейшнз» (PR) у рамках маркетингової стратегії просування промислових товарів – це: |
| 24. | Буклет – це: |
| 25. | Каталог – це: |
| 26. | Брифінг – це: |
| 27. | Виставка – це: |
| 28. | Торговий ярмарок – це: |
| 29. | Тематична вітрина – це: |
| 30. | Суб’єктами мікропідприємництва є: |
| 31. | Унітарне підприємство створюється: |
| 32. | Суб’єктами господарювання будь-якої організаційно-правової форми та форми власності, у яких середня кількість працівників за звітний період (календарний рік) перевищує 250 осіб та річний дохід від будь-якої діяльності перевищує суму, еквівалентну50 мільйонам євро, визначену за середньорічним курсом Національного банку України |
| 33. | Суб’єктами великого підприємництва є: |
| 34. | Фізичні особи, зареєстровані в установленому законом порядку як фізичні особи – підприємці, у яких середня кількість працівників за звітний період (календарний рік) не перевищує 10 осіб та річний дохід від будь-якої діяльності не перевищує суму, еквівалентну 2 мільйонам євро, визначену за середньорічним курсом Національного банку України |
| 35. | Юридичні особи – суб’єкти господарювання будь-якої організаційно-правової форми та форми власності, у яких середня кількість працівників за звітний період (календарний рік) не перевищує 50 осіб та річний дохід від будь-якої діяльності не перевищує суму, еквівалентну 10 мільйонам євро визначену за середньорічним курсом Національного банку України |
| 36. | Юридичні особи – суб’єкти господарювання будь-якої організаційно-правової форми та форми власності, у яких середня кількість працівників за звітний період (календарний рік) не перевищує 10 осіб та річний дохід від будь-якої діяльності не перевищує суму, еквівалентну 2 мільйонам євро, визначену за середньорічним курсом Національного банку України |
| 37. | Фізичні особи, зареєстровані в установленому законом порядку як фізичні особи – підприємці, у яких середня кількість працівників за звітний період (календарний рік) не перевищує 50 осіб та річний дохід від будь-якої діяльності не перевищує суму, еквівалентну 10 мільйонам євро, визначену за середньорічним курсом Національного банку України |
| 38. | Підприємства в яких до 10 працівників та дохід не перевищує 2 млн. євро відносяться до: |
| 39. | Підприємства в яких до 50 працівників та дохід не перевищує 10 млн. євро відносяться до: |
| 40. | Підприємства в яких понад 50 працівників, але не більше 250 та з доходом від 10 млн. євро до 50 млн. євро відносяться до: |
| 41. | Підприємства в яких понад 250 працівників та дохід не перевищує 50 млн. євро відносяться до: |
| 42. | Податок, що стягується митницею на товари та інші предмети, які переміщуються через митний кордон України, - це: |
| 43. | Маркування товарів це? |
| 44. | Критеріями, за якими підприємства відносять до категорії «малих», є: |
| 45. | Що не є характерним для малого бізнесу? |
| 46. | Які основні функції притаманні малому бізнесу: |
| 47. | Перевагою франчайзингу для франчайзі є : |
| 48. | Залучення суб’єктами малого підприємництва фінансових надходжень від різних контрагентів − це: |
| 49. | До зовнішніх джерел фінансування малого бізнесу відносять фінансові ресурси таких економічних суб’єктів: |
| 50. | До міжнародних кредитних організацій, які найбільш активно надають фінансову допомогу малому і середньому бізнесу, належать: |
| 51. | Грант ЄБРР можуть отримати малі і середні підприємства, які займаються: |
| 52. | Група управління проектами міжнародних кредитних ліній (ГУП) як спеціальний підрозділ створений при: |
| 53. | Бізнес-план – це: |
| 54. | Бізнес-план виконує функції: |
| 55. | Платоспроможність підприємства − це: |
| 56. | Фінансова стійкість малого підприємства показує: |
| 57. | Рентабельність − це: |
| 58. | Малі підприємства у технологічно прогресивних галузях економіки, що спеціалізуються у сферах наукових досліджень, розробок, створення і впровадження інновацій, організація яких пов’язана з підвищеним ризиком – це: |
| 59. | Індивідуальні венчурні капіталісти, які за рахунок власних фінансових ресурсів фінансують інноваційні проекти, прийнято називати: |
| 60. | У чому полягає мета державної підтримки малого бізнесу: |
| 61. | До основних інститутів державної підтримки малого підприємництва в Україні відносять: |
| 62. | Програма «Мікрокредитування суб’єктів малого підприємництва» реалізується: |
| 63. | На що спрямована фінансово-кредитна підтримка малого бізнесу? |
| 64. | Підприємство планує діяльність в іншій країні шляхом встановлення партнерських відносин з зарубіжною компанією з метою суміщення виробництва і маркетингу. Визначте форму виходу підприємства на зарубіжний ринок. |
| 65. | Бізнес-ангели — це… |
| 66. | Бізнес-інкубатори - це… |
| 67. | Письмовий документ, в якому викладено сутність міссії підприємства, шляхи й засоби її реалізації та охарактеризовано ринкові, виробничі, організаційні та фінансові аспек¬ти майбутнього бізнесу, а також особливості управління ним – це… |
| 68. | Основною зовнішньою причиною складання бізнес плану є: |
| 69. | У ринковій системі господарювання бізнес-план виконує дві найважливіші функції: |
| 70. | Інформаційне поле бізнес-плану — це: |
| 71. | В організаційному плані описується: |
| 72. | Прийняття рішення щодо зацікавленності бізнес плану інвестори приймають ознайомившися з: |
| 73. | За сферою бізнесу бізнес-плани можна поділити на: |
| 74. | Який розділ бізнес плану дає відповіді на запитання „Якого товару потребує ринок?” |
| 75. | У виробничому плані розглядається… |
| 76. | В якому розділі бізнес-плану знаходиться план доходів і видатків: |
| 77. | Який розділ бізнес-плану називають «обличчя бізнес-проекту»? |
| 78. | У бізнес-плані викладається: |
| 79. | На якій стадії розроблення бізнес-плану складається резюме? |
| 80. | Вихідними даними для розрахунку потреби виробництва в матеріальних ресурсах є: |
| 81. | Метою складання фінансового плану є: |
| 82. | Точка беззбитковості дає змогу з'ясувати: |
| 83. | Зовнішньою функцією бізнес-плану є:  |
| 84. | Виробничий план формується на основі:  |
| 85. | Потреба в машинах і обладнанні повинна визначатись на основі: |
| 86. | Після вибору потужності і розроблення виробничої програми визначається потреба в:  |
| 87. | Що є метою зовнішнього аналізу в межах підготовчої стадії розробки бізнес-плану: |
| 88. | Який з наведених нижче розділів бізнес-плану не належить до переліку обов’язкових: |
| 89. | **Рекомендовано розрахувати бізнес-план на:** |
| 90. | Від яких факторів залежить ступінь інтернаціоналізації компанії? |
| 91. | Раніше інтернаціоналізація малого і середнього бізнесу була визначена як процес включення підприємства до |
| 92. | Першим етапом плану інтернаціоналізації передбачається оцінка можливості розширення бізнесу за рахунок виходу на |
| 93. | Другим етапом плану інтернаціоналізації передбачається розробка стратегії виходу на |
| 94. | На третьому етапі плану інтернаціоналізації здійснюється пошук, оцінка і вибір |
| 95. | Четвертий етап передбачає розробку конкретного |
| 96. | Стратегія лідерства по витратах мало приваблива для МСП передбачає |
| 97. | Стратегія диференціації спрямована на |
| 98. | Який ризик пов'язаний з підходом стратегії диференціації для МСП |
| 99. | . Стратегія фокусування може виявитися ефективною для підприємств |
| 100. | Хто є розробником характерних рис базових конкурентних стратегій? |
| 101. | Дослідження скількох британських малих і середніх компаній показали, що більшість цих компаній, що мають високі темпи зростання, обслуговували ринкові ніші? |
| 102. | Можна зробити висновок, що привабливість конкурентних базових стратегій для МСП виглядає наступним чином:Стратегія лідерства по витратах – |
| 103. | Можна зробити висновок, що привабливість конкурентних базових стратегій для МСП виглядає наступним чином:Стратегія диференціації – |
| 104. | Можна зробити висновок, що привабливість конкурентних базових стратегій для МСП виглядає наступним чином:Фокусування - |
| 105. | Можна зробити висновок, що привабливість конкурентних базових стратегій для МСП виглядає наступним чином:Поєднання стратегій диференціації і фокусування - |
| 106. | Інтернаціоналізація – це: |
| 107. | Процес інтернаціоналізації на макроекономічному рівні є: |
| 108. | Процес інтернаціоналізації на мікроекономічному рівні є: |
| 109. | Новикова І.А. наводить досить детальну класифікацію теорій, в якій вони також згруповані в три групи: |
| 110. | Дати характеристику теорії відносних переваг: |
| 111. | Дати характеристику теорії абсолютних переваг: |
| 112. | Дати характеристику теорії життєвого циклу товару:  |
| 113. | Дати характеристику теорії монополістичної переваги: |
| 114. | К. Фонг і Л. Окампо поділили теорії інтернаціоналізації в три групи: |
| 115. | Дати характеристику теорії олігополістичної реакції: |
| 116. | Які існують три різні способи організації господарської діяльності: |
| 117. | Мережевий підхід підкреслює, що: |
| 118. | Позиція для компанії, яка надає можливості для міжнародного зростання. характеризується, зокрема, за двома параметрами: |
| 119. | Ситуація «міжнародний на самоті» характеризується: |
| 120. | Прийняття рішення щодо зацікавленності бізнес плану інвестори приймають ознайомившися з: |