|  |
| --- |
| Державний університет «Житомирська політехніка»Факультет бізнесу та сфери обслуговуванняКафедра цифрової економіки та міжнародних економічних відносинСпеціальність: 292 «Міжнародні економічні відносини»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: |
| 121. | Технічні бар’єри в торгівлі –це: |
| 122. | Санітарні та фітосанітарні заходи – це: |
| 123. | Технічні регламенти – це: |
| 124. | Документи, у яких визначено характеристики товарів чи пов’язаних з ними виробничих процесів або способів виробництва, дотримання яких є необов’язковим – це: |
| 125. | Технічні регламенти, стандарти та процедури оцінки відповідності приймаються переважно чи виключно в процесі реалізації державної політики в інших сферах. До них належать, зокрема: |
| 126. | Технічна операція, що полягає у визначенні однієї чи кількох характеристик продукту, процесу або послуги за встановленою процедурою – це: |
| 127. | Це процедура, за допомогою якої уповноважений орган оцінює та визнає компетентність організації, що здійснює тестування, сертифікацію чи оцінку системи контролю якості: |
| 128. | Процедура, за якою третя сторона надає письмові запевнення, що продукт, процес або послуга відповідає визначеним вимогам – це: |
| 129. | Нормативний документ, заснований на консенсусі, прийнятий визнаним органом, що встановлює для загального і неодноразового використання правила, настанови або характеристики щодо діяльності чи її результатів, та спрямований на досягнення оптимального ступеня впорядкованості в певній сфері – це: |
| 130. | До стандартів у розумінні СОТ можуть відноситися: |
| 131. | Процедурами оцінки відповідності є: |
| 132. | Діяльність, що полягає в установленні положень для загального та неодноразового використання щодо наявних чи потенційних завдань і спрямована на досягнення оптимального ступеня впорядкованості в певній сфері – це: |
| 133. | Діяльність органів ринкового нагляду з метою забезпечення відповідності продукції встановленим вимогам, а також забезпечення відсутності загроз суспільним інтересам – це: |
| 134. | Технічні регламенти поділяються на такі групи за своїм змістом: |
| 135. | Правове регулювання відносин у сфері встановлення, застосування та виконання обов’язкових вимог до продукції або пов’язаних із нею процесів, систем і послуг, персоналу та органів, а також перевірка їх дотримання шляхом оцінки відповідності та/або ринкового нагляду – це: |
| 136. | Об’єктами санітарних та фітосанітарних заходів :є |
| 137. | На які групи можна поділити санітарні та фітосанітарні заходи? |
| 138. | Режим імпорту включає в себе: |
| 139. | Вимоги до продукту включають в себе: |
| 140. | Фізичний контроль та документальний контроль можна віднести до: |
| 141. | Методики оцінки ризику включають в себе: |
| 142. | Санітарні та фітосанітарні заходи мають на меті: |
| 143. | Обмеження ввезення товару можна поділити за двома ознаками: |
| 144. | До фізичного контролю відносяться: |
| 145. | Документальний контроль включає в себе: |
| 146. | Система постановки цілей дозволяє на етапі визначення мети узагальнити всю наявну інформацію, встановити прийнятні терміни роботи, визначити достатність ресурсів, надати всім учасникам процесу ясні, точні, конкретні завдання – це: |
| 147. | Який критерій означає SMART поставлених цілей? |
| 148. | Цілепокладання за системою SMART можна поділити на: |
| 149. | Поняття «Конкретний» означає: |
| 150. | Щоб сформулювати конкретну мету потрібно поставити запитання, такі як: |
| 151. | Завжди діє правило: одна мета - один результат. Якщо при постановці мети експортної діяльності з'ясувалося, що в результаті потрібно досягти декількох результатів, то: |
| 152. | Мета по SMART повинна бути: |
| 153. | У постановці вимірної мети допоможуть відповіді на питання: |
| 154. | Якщо мета експорту не є досяжною, то: |
| 155. | Що визначається на основі власного досвіду та розуміння компанії щодо інтернаціоналізації з урахуванням всіх наявних ресурсів і обмежень? |
| 156. | Обмеженнями щодо досяжності мети можуть бути: |
| 157. | Для визначення значущості мети важливо розуміти: |
| 158. | Для постановки значимої мети експорту допоможе наступне питання: |
| 159. | Якщо при виконанні мети в цілому компанія не отримає вигоди, то: |
| 160. | Мета по SMART повинна бути обмежена по виконанню в часі, а значить повинен бути визначений: |
| 161. | Встановлення часових рамок для виконання мети експорту дозволяє зробити процес управління зовнішньоекономічними операціями:  |
| 162. | Партнери на зарубіжному ринку в значній мірі визначають і зміцнюють:  |
| 163. | Вивчення галузі промисловості і аналіз конкуренції: |
| 164. | Для чого потрібна сегментація конкурентів? |
| 165. | Що є стратегією, яка встановлює цілі і тактику продажів для бізнесу на зарубіжному ринку, де вказуються дії, які зробить фірма, щоб досягти комерційних цілей і, в першу чергу, реалізувати товар? |
| 166. | Канали продажу можуть розділятися за видами: |
| 167. | Основні методи експорту, які вимагають різного фінансування:  |
| 168. | Непрямий експорт – це: |
| 169. | Перевагами непрямого експорту є: |
| 170. | Недоліками непрямого експорту є: |
| 171. | Прямий експорт – це: |
| 172. | Перевагами прямого експорту є: |
| 173. | Недоліками прямого експорту є: |
| 174. | При фінансовому плануванні слід проаналізувати: |
| 175. | Післяпродажне обслуговування – це: |
| 176. | Врахування логістичних етапів з моменту виробництва до кінцевого споживання, очікувані терміни від обробки замовлень до їх доставки, впливатимуть на: |
| 177. | Фінансовий аналітик в межах роботи команди з експорту повинен: |
| 178. | Фінансовий аналіз включає в себе: |
| 179. | Аналізуються капітальні витрати, характерні для експортної діяльності. Розраховуються витрати на додаткове обладнання, на виробництво експортної продукції, оплату праці експортного штату – це: |
| 180. | Вказується кількість експортованих одиниць, виручка, ціна за одиницю, собівартість, загальний обсяг продажів на наступні 3-5 років, прогноз по місяцях – це: |
| 181. | Відображаються показники доходу підприємства - виручка, прибуток за всіма видами товарів і каналами продажів – це: |
| 182. | Очікувані витрати з урахуванням часових витрат на транспорт і логістику – це: |
| 183. | Показує, що станеться з прибутком при зміні обсягу виробництва, ціни і основних параметрів витрат – це: |
| 184. | Комерційний ризик – це: |
| 185. | Валютний ризик – це: |
| 186. | Внутрішній ризик – це: |
| 187. | Ринковий ризик – це: |
| 188. | Ефективність зовнішньоекономічної діяльності на рівні підприємства визначається насамперед на основі: |
| 189. |  Якими показниками вимірюється економічна ефективність зовнішньоекономічної діяльності? |
| 190. | До абсолютних показників відноситься: |
| 191. | Прямий економічний ефект визначається при експорті: |
| 192. | Прямий економічний ефект визначається при імпорті: |
| 193. | Прямий економічний ефект визначається при прибутку до оподаткування: |
| 194. | Прямий економічний ефект визначається при прибутку після оподаткування: |
| 195. | Які запитання потрібно обговорювати при складанні прогнозу продажів? |
| 196. | Прийнято складати прогноз перші три роки щомісяця, а починаючи з четвертого року: |
| 197. | Які припущення стосуються фінансових прогнозів? |
| 198. | До темпів інфляції і валютних курсів можна віднести: |
| 199. | До реалізації і маркетингу можна віднести: |
| 200. | До інкасування готівки можна віднести: |