|  |  |
| --- | --- |
| Державний університет «Житомирська політехніка»  Факультет бізнесу та сфери обслуговування  Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи  Спеціальність: 242 «Туризм»  Освітній рівень: «бакалавр» | |
|  | «\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_2022 р. |
| ТЕСТОВІ ЗАВДАННЯ  **БІЗНЕС-ПЛАНУВАННЯ** | |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Текст запитання | | Варіанти відповідей |
| 1 | Яка з наведених характеристик не відповідає цілям бізнес-планування? | | А. Промоделювати систему управління суб’єктом бізнесу.  Б. Передбачити ускладнення / ризики функціонування суб’єкта бізнесу.  В. Залучити позичковий капітал, необхідний для реалізації окремого підприємницького проекту.  Г. Забезпечити процес “комунікації” між суб’єктом підприємницької діяльності та інституціями зовнішнього середовища його функціонування.  Д. Розвинути управлінські навики робітників суб’єкта бізнесу. |
| 2 | Бізнес-планування – це: | | А. Процес написання обов’язкових розділів бізнес-плану та вибір оптимальних відповідей до критеріїв оптимальності.  Б. Документ, який містить систему ув’язаних в часі та просторі та узгоджених з метою і ресурсами заходів і дій, спрямованих на реалізації підприємницької ідеї.  В. Впорядкована сукупність стадій і дій, пов'язаних з ситуаційним аналізом навколишнього середовища, постановкою цілей бізнес-планування, розробкою бізнес-плану, просуванням бізнес-плану на ринок інтелектуальної власності, реалізацією бізнес-плану, контролем над його виконанням.  Г. Процес написання обов’язкових розділів бізнес-плану та оформлення їх згідно вимог.  Д. Сукупність дій, пов’язаних з реалізацією бізнес-плану суб’єкта підприємницької діяльності. |
| 3 | Оберіть характеристику, яка відповідає зовнішній функції бізнес-плану суб’єкта підприємницької діяльності: | | А. Бізнес-план призначений для інституцій фінансово-кредитного сектора.  Б. Даний документ призначений для внутрішнього користування апаратом управління.  В. Бізнес-план призначений для ознайомлення працівників суб’єкта підприємницької діяльності з плановими термінами окупності інвестицій.  Г. Бізнес-план є інструментом стратегічного планування та оперативного управління діяльністю підприємства.  Д. Бізнес-план є механізмом поточного аналізу, контролю й оцінки діяльності підприємства. |
| 4 | Оберіть характеристику, яка відповідає внутрішній функції бізнес-плану суб’єкта підприємницької діяльності: | | А. Бізнес-план призначений для залучення необхідного фінансування для реалізації підприємницького проекту.  Б. Бізнес-план призначений для інституцій фінансово-кредитного сектора.  В. Бізнес-план призначений для внутрішнього користування апаратом управління.  Г. Бізнес-план призначений ознайомити заінтересованих інституцій фінансово-кредитної сфери, інвесторів із сутністю підприємницького проекту.  Д. Бізнес-план – це «вхідний квиток», який додається до заявки на інвестиції. |
| 5 | Відповідно до якого методу планування планові показники в бізнес-плані розраховуються шляхом множення відповідного ресурсного забезпечення на нормативи їх використання? | | А. Методу цільового прибутку.  Б. Методу оптимізації.  В. Індикативного методу.  Г. Нормативного методу.  Д. Балансового методу. |
| 6 | Якому методу планування відповідає наступна характеристика: спочатку здійснюється розрахунок розміру прибутку, який є бажаним для суб’єкта бізнесу, після чого здійснюється розрахунок ресурсного забезпечення та обсягів діяльності, за рахунок яких може бути забезпечено цей прибуток? | | А. Метод оптимізації.  Б. Метод цільового прибутку.  В. Індикативний метод.  Г. Балансовий метод.  Д. Нормативний метод. |
| 7 | В чому полягає сутність балансового методу планування? | | А. Базується на ув’язці (шляхом складання умовного балансу) бажаних результатів діяльності суб’єкта бізнесу з відповідним ресурсним забезпеченням для досягнення цих показників.  Б. Передбачає проведення розрахунків згідно з окремими сценаріями та обрання найбільш оптимального за обраними перед розробкою бізнесу-плану критеріями оптимальності.  В. Базується на визначенні розміру цільового прибутку, який є бажаним для суб’єкта бізнесу, після чого здійснюється планування ресурсного забезпечення та обсягів діяльності.  Г. Передбачає розрахунок критичних обмежень обсягів підприємницької діяльності, при яких досягається доцільність функціонування суб’єкта бізнесу.  Д. Передбачає розрахунок показників на основі використання науково-обґрунтованих норм та нормативів. |
| 8 | На якій стадії бізнес-планування відбувається формування інформаційного поля для складання бізнес-плану створення нового підприємства? | | А. Початковій.  Б. Підготовчій.  В. Стадії реалізації бізнес-плану.  Г. Стадії розробки бізнес-плану.  Д. Стадії просування бізнес-плану. |
| 9 | До виробничої інформації як одного з елементів інформаційного поля бізнес-плану, не відноситься інформація про: | | А. Технологію виробництва.  Б. Необхідні машини та обладнання.  В. Потенційних споживачів та їхні потреби.  Г. Необхідні сировину та матеріали.  Д. Потребу у виробничих площах. |
| 10 | Який вид інформації не відноситься до маркетингової інформації як елементу інформаційного поля бізнес-плану? | | А. Інформація про потенційних споживачів та їхні потреби.  Б. Інформація про спеціальності та кваліфікацію працівників, необхідних для реалізації бізнес проекту.  В. Інформація про ринкову кон’юнктуру.  Г. Інформація про можливі канали комунікації зі споживачами.  Д. Інформація про купівельну спроможність потенційних споживачів. |
| 11 | Метод оптимізації, як один із методів планування, який використовується під час розробки бізнес-плану, передбачає: | | А. Розрахунок показників на основі використання науково-обґрунтованих норм та нормативів.  Б. Розрахунок критичних обмежень обсягів підприємницької діяльності, при яких досягається доцільність функціонування суб’єкта бізнесу.  В. Визначення розміру цільового прибутку, який є бажаним для суб’єкта бізнесу, після чого здійснюється планування ресурсного забезпечення та обсягів діяльності.  Г. Складання умовного балансу для ув’язки бажаних результатів діяльності суб’єкта бізнесу з відповідним ресурсним забезпеченням для досягнення цих показників.  Д. Проведення розрахунків згідно з окремими сценаріями та обрання найбільш оптимального за обраними перед розробкою бізнесу-плану критеріями оптимальності. |
| 12 | Останньою стадією процесу бізнес-планування є: | | А. Стадія просування бізнес-плану на ринок інтелектуальної власності.  Б. Початкова стадія.  В. Підготовча стадія.  Г. Стадія реалізації бізнес-плану.  Д. Стадія розробки бізнес-плану. |
| 13 | На якій стадії бізнес-планування здійснюється пошук підприємницької ідеї? | | А. На стадії розробки бізнес-плану.  Б. На початковій стадії.  В. На підготовчій стадії.  Г. На стадії просування бізнес-плану.  Д. На стадії реалізації бізнес-плану. |
| 14 | Який вид роботи не виконується на початковій стадії бізнес-планування? | | А. Обрання сфери діяльності.  Б. Обґрунтування доцільної форми організації бізнесу.  В. Ухвалення рішення щодо способу започаткування бізнесу.  Г. Оцінювання сильних та слабких сторін підприємства.  Д. Пошук підприємницької ідеї. |
| 15. | Необхідність у якій стадії бізнес-планування зникає, якщо бізнес-план розробляється для розширення вже наявного бізнесу? | | А. Стадії реалізації бізнес-плану.  Б. Стадії просування бізнес-плану.  В. Стадії розробки бізнес-плану.  Г. Підготовчій стадії.  Д. Початковій стадії. |
| 16 | На якій стадії бізнес-планування відбувається презентація бізнес-плану? | | А. Стадії реалізації бізнес-плану.  Б. Стадії просування бізнес-плану.  В. Стадії розробки бізнес-плану.  Г. Підготовчій стадії.  Д. Початковій стадії. |
| 17 | Оберіть вірну послідовність розробки розділів бізнес-плану. | | А. Маркетинговий план; організаційний план; виробничий план; план ризиків; фінансовий план.  Б. Виробничий план; маркетинговий план; організаційний план; план ризиків; фінансовий план.  В. Організаційний план; маркетинговий план; виробничий план; фінансовий план; план ризиків.  Г. Маркетинговий план; виробничий план; організаційний план; фінансовий план; план ризиків.  Д. Фінансовий план; маркетинговий план; виробничий план; організаційний план; план ризиків. |
| 18 | Який з наведених розділів бізнес-плану не належить до переліку обов’язкових відповідно до методики, запропонованої Організацією Об’єднаних Націй із промислового розвитку (UNIDO)? | | А. Юридичний план.  Б. Маркетинговий план.  В. Виробничий план.  Г. Організаційний план.  Д. Фінансовий план. |
| 19 | В основу державних «Методичних рекомендацій з розроблення бізнес-плану підприємств» покладена методика структуризації бізнес-плану, запропонована: | | А. Європейським банком реконструкції та розвитку (EBRD).  Б. Фірмою Coldman, Sachs&Co (один з лідерів світового інвестиційного бізнесу).  В. Організацією Об’єднаних Націй із промислового розвитку (UNIDO).  Г. Консалтингово-аудиторською фірмою Ernst&Young.  Д. Консалтингово-аудиторською фірмою KPMG. |
| 20 | Яка з наведених характеристик не відповідає вимогам до оформлення бізнес-плану? | | А. Незначний обсяг документа, його простота та лаконічність.  Б. Структурованість документа.  В. Реалістичність припущень та передбачень.  Г. Повнота викладення усієї можливої інформації по проекту та підприємству.  Д. Рівність деталізації розрахунків у часі. |
| 21 | У чому полягає зміст такої вимоги до оформлення бізнес-плану як “науковість представлених результатів”? | | А. Результати розрахунків основних показників мають бути розрахованими з дотриманням наукових підходів та методик.  Б. Результати розрахунків основних показників слід порівняти з науково-обґрунтованими даними.  В. Проведені розрахунки повинні бути точними.  Г. Проведені розрахунки повинні бути належною мірою деталізованими у часі.  Д. Відповідність стилю написання бізнес-плану стандартам та очікуванням щодо цього осіб, на яких він розрахований. |
| 22 | Яку інформацію не доцільно наводити у резюме бізнес-плану? | | А. Про організаційно-правову форму господарювання суб’єкта бізнесу.  Б. Про прогнозований обсяг продажу у натуральних та вартісних одиницях.  В. Про загальну суму інвестицій.  Г. Про термін окупності проекту.  Д. Опис основних конкурентів. |
| 23 | Яку із наведених видів інформації доцільно винести у розділ «Додатки до бізнес-плану»? | | А. Конкретні показники соціальної та економічної ефективності проекту з деталізацією у часі.  Б. Резюме ключових учасників проекту.  В. Характеристику цільового сегменту ринку з огляду на особливості продукції / послуг проекту.  Г. Прогнозний обсяг продажів з відповідним рівнем деталізації.  Д. Показники планових доходів і витрат. |
| 24 | В якому розділі бізнес-плану наводиться інформація щодо назви суб’єкта бізнесу, його організаційно-правової форми, територіального розміщення та основних видів діяльності? | | А. Опис проекту та продукції.  Б. Маркетинговий план.  В. Виробничий план.  Г. Опис підприємства та галузі.  Д. Організаційний план. |
| 25 | В якому розділі бізнес-плану наводиться наступна інформація: назва, основна мета та ключові завдання бізнес-проекту, термін реалізації проекту? | | А. Маркетинговий план.  Б. Опис проекту та продукції.  В. Опис підприємства та галузі.  Г. Фінансовий план.  Д. Організаційний план. |
| 26 | В якому розділі бізнес-плану описуються особливості збуту та просування продукції? | | А. Опис проекту та продукції.  Б. Опис підприємства та галузі.  В. Маркетинговий план.  Г. Виробничий план.  Д. Фінансовий план. |
| 27 | В якому розділі бізнес-плану визначається потреба у різних видах ресурсів? | | А. Організаційний план.  Б. Маркетинговий план.  В. Виробничий план.  Г. Фінансовий план.  Д. Оцінювання та страхування ризиків. |
| 28 | Яка інформація надається у розділі «Маркетинговий план» бізнес-плану? | | А. Прогнозний обсяг продажів з відповідним рівнем деталізації.  Б. Опис технологічного процесу виготовлення продукції / надання послуг в розрізі основних його етапів.  В. Потреба у виробничих ресурсах.  Г. Організаційна структура управління суб’єктом бізнесу.  Д. Загальний обсяг інвестицій, необхідних для реалізації бізнес-проекту. |
| 29 | Яка інформація не відноситься до розділу «Фінансовий план» бізнес-плану? | | А. Загальний обсяг інвестицій, необхідних для реалізації бізнес-проекту.  Б. Планові доходи та витрати по періодам реалізації проекту.  В. Показники оцінки ефективності бізнес-проекту.  Г. Обґрунтування беззбиткового обсягу виробництва / реалізації та порівняння його із плановими показниками доходності.  Д. Характеристика потенційних ризиків та заходів щодо запобігання ризикам. |
| 30 | Як називається принцип розробки бізнес-плану, суть якого полягає у тому, що бізнес-план та положення усіх його розділів повинні відповідати існуючим ринковим умовам (його розмірам, ресурсному забезпеченню), на якому функціонує (планує функціонувати) суб’єкт бізнесу? | | А. Системність.  Б. Науковість.  В. Гнучкість.  Г. Адекватність.  Д. Постійність. |
| 31 | В чому полягає сутність принципу системності, якого слід дотримуватися при розробці бізнес-плану? | | А. Бізнес-план та положення усіх його розділів повинні відповідати існуючим ринковим умовам, на якому функціонує суб’єкт бізнесу.  Б. Сукупність показників та розрахунків, проведених при розробці бізнес-плану, мають бути ув’язаними в єдину систему показників, узгоджених між собою спільними цілями та ресурсами.  В. Розрахунки, проведені при бізнес-плануванні, мають відповідати основній цілі, поставленій при розробці цього планового документа.  Г. Усі розрахунки, проведені при розробці бізнес-плану, мають ґрунтуватись виключно на наукових підходах та методиках.  Д. Представлення в цифровому вираженні запланованих до досягнення цілей функціонування виробництва і збуту готової продукції (послуг). |
| 32 | Як називається принцип розробки бізнес-плану, суть якого полягає у тому, що розрахунки, проведені при бізнес-плануванні, мають відповідати основній цілі, поставленій при розробці цього планового документа? | | А. Цільовий характер розробки бізнес-плану.  Б. Постійність.  В. Адекватність.  Г. Системність.  Д. Науковість. |
| 33 | Визначте правильну послідовність технічного оформлення бізнес-плану. | | А. Титульний аркуш; резюме; зміст; основні розділи; додатки.  Б. Титульний аркуш; зміст; основні розділи; резюме; додатки.  В. Титульний аркуш; зміст; резюме; основні розділи; додатки.  Г. Резюме; титульний аркуш; зміст; основні розділи; додатки.  Д. Резюме; зміст; титульний аркуш; основні розділи; додатки. |
| 34 | Меморандум про конфіденційність зазвичай розміщується: | | А. У резюме бізнес-плану.  Б. Після змісту.  В. Після додатків до бізнес-плану.  Г. В кінці бізнес-плану.  Д. На титульній сторінці або одразу після неї. |
| 35 | Підприємницька ідея − це: | | А. Найменування виду діяльності у визначеній сфері.  Б. Знання про доцільність та можливість займатися певним видом бізнесу, цілі, шляхи та засоби її втілення.  В. Пошук шляхів, засобів та можливостей здійснення бізнесу у певному регіоні.  Г. Рекомендації родичів, знайомих для відкриття бізнесу у певній сфері діяльності.  Д. Сукупність фінансових показників, які характеризують ефективність бізнес-проекту. |
| 36 | Джерелами ідей підприємницької діяльності є: | | А. Думка споживачів про доцільність мати нові товари, отримувати нові послуги.  Б. Досвід у цій сфері батьків, родичів і знайомих.  В. Інформація, отримана із засобів масової інформації.  Г. Відвідування ярмарків і виставок передового досвіду.  Д. Всі відповіді правильні. |
| 37 | Якому методу генерування ідей відповідає наступна характеристика: «об’єкт потрібно розкласти на компоненти, вибрати з них кілька істотних характеристик, змінити їх і спробувати з’єднати знову. На виході вийде новий об’єкт»? | А. Морфологічний аналіз.  Б. Метод «мозкового» штурму.  В. Метод фокальних об’єктів.  Г. Метод синектики.  Д. Метод контрольних питань. | |
| 38 | Сутність якого методу генерування ідей полягає в тому, щоб об’єднати ознаки різних об’єктів в одному предметі? | А. Методу контрольних питань.  Б. Методу синектики.  В. Морфологічного аналізу.  Г. Методу фокальних об’єктів.  Д. Методу «мозкового» штурму. | |
| 39 | Метод «мозкового» штурму: | А. Передбачає об’єднання ознак різних об’єктів в одному предметі.  Б. Передбачає пошук аналогій для генерування нових ідей.  В. Передбачає записувати усі варіанти видів бізнесу, які приходять в голову, навіть найбільш неймовірні й нездійсненні на перший погляд. На цьому етапі не можна критикувати або ставити під сумнів ту або іншу ідею.  Г. Передбачає використання списку питань або пропозицій, що мають відношення до аналізованої проблеми.  Д. Передбачає розкладання об’єкта на окремі компоненти, обрання з них кілька істотних характеристик, заміна їх і спроба з’єднати знову. | |
| 40 | До групи колективних методів генерування підприємницьких ідей не відноситься: | А. Метод колективного блокноту.  Б. Метод морфологічного аналізу  В. Метод «мозкового штурму».  Г. Метод конференції ідей.  Д. Метод синектики. | |
| 41 | Як називається метод входження в бізнес, в основі якого лежить ліцензія на право використання «імені бізнесу» широко відомої компанії? | А. Франчайзинг.  Б. Лізинг.  В. Оренда.  Г. Суборенда.  Д. Прямий маркетинг. | |
| 42 | Що із перерахованого не відноситься до способів входження в бізнес? | А. Придбання існуючого бізнесу.  Б. Створення нового підприємства «з нуля».  В. Лізінг.  Г. Придбання франшизи.  Д. Прямий, мережевий маркетинг. | |
| 43 | Що не відноситься до переваг створення нового підприємства? | А. Можливість будувати бізнес відповідно до ідей і планів самого підприємця.  Б. Відсутність «ім’я» у момент виходу на ринок.  В. Відсутність ризику отримати фірму з поганою репутацією.  Г. Оригінальність ідеї бізнесу.  Д. Можливість обрання вдалого місцерозташування бізнесу. | |
| 44 | Що відноситься до можливих переваг придбання існуючого бізнесу? | А. Покупець може придбати погано працюючу фірму.  Б. Придбаний бізнес може бути неприбутковим.  В. Можна успадкувати вороже ставлення до фірми.  Г. Можлива ситуація, при якій важко змінити налагоджений на фірмі бізнес.  Д. Існуючий бізнес має вже сформований колектив робітників, контингент постачальників, налагоджені ділові зв’язки. | |
| 45 | Як називається вид франчайзингу, який припускає, що ліцензіат одержує лише тільки право на продаж товарів фірми ліцензіара з її торговою маркою чи товарним знаком? | А. Виробничий франчайзинг.  Б. Діловий франчайзинг.  В. Корпоративний франчайзинг.  Г. Товарний франчайзинг.  Д. Конверсійний франчайзинг. | |
| 46 | Як називається діяльність, при якій фірма, що володіє технологією виготовлення деякого продукту, продає заводам сировину для виготовлення продукції? | А. Виробничий франчайзинг.  Б. Товарний франчайзинг.  В. Діловий франчайзинг.  Г. Корпоративний франчайзинг.  Д. Конверсійний франчайзинг. | |
| 47 | Сучасна форма організації франчайзингового бізнесу, при якій ліцензіат оперує не окремим підприємством, а мережею франшизних підприємств із використанням найманих менеджерів, це: | А. Франчайзинг на вид діяльності.  Б. Франчайзинг на продаж товарів.  В. Франчайзинг на виробництво товарів.  Г. Корпоративний франчайзинг.  Д. Конверсійний франчайзинг. | |
| 48 | Що не відноситься до переваг франчайзингу для франчайзі (ліцензіатів)? | А. Навчання менеджменту та консультаційна допомога.  Б. Франчайзингові платежі.  В. Бізнес під відомим товарним знаком.  Г. Гарантія якості товарів і послуг.  Д. Широкомасштабні рекламні кампанії. | |
| 49 | Що не відноситься до недоліків франчайзингу для ліцензіатів? | А. Часткова втрата свободи.  Б. Франчайзингові платежі.  В. Бізнес під відомим товарним знаком.  Г. Стандартизація діяльності.  Д. Обмежені продуктові лінії. | |
| 50 | Оберіть правильну послідовність кроків, які необхідно виконати для реєстрації юридичної особи: | А. Обрати види діяльності за КВЕД та систему оподаткування; протягом 24 годин отримати виписку з ЄДР; відкрити рахунок у банку; розробити та оформити установчі документи; подати державному реєстратору документи.  Б. Розробити та оформити установчі документи; обрати види діяльності за КВЕД та систему оподаткування; відкрити рахунок у банку; подати державному реєстратору документи; отримати виписку з ЄДР.  В. Подати державному реєстратору документи; обрати види діяльності за КВЕД та систему оподаткування; протягом 24 годин отримати виписку з ЄДР; відкрити рахунок у банку; розробити та оформити установчі документи.  Г. Обрати види діяльності за КВЕД та систему оподаткування; подати державному реєстратору документи; протягом 24 годин отримати виписку з ЄДР; відкрити рахунок у банку; розробити та оформити установчі документи.  Д. Обрати види діяльності за КВЕД та систему оподаткування; розробити та оформити установчі документи; подати державному реєстратору документи; протягом 24 годин отримати виписку з ЄДР; відкрити рахунок у банку. | |
| 51 | Який з наведених етапів не входить до логіки процесу стратегічного планування на підготовчій стадії розробки бізнес-плану? | А. Проведення зовнішнього аналізу.  Б. Проведення внутрішнього аналізу.  В. Оцінювання фінансових альтернатив.  Г. Встановлення орієнтирів діяльності (місія, цілі).  Д. Вибір однієї з альтернативних стратегій. | |
| 52 | Що є метою зовнішнього аналізу в межах підготовчої стадії розробки бізнес-плану? | А. Виявити сприятливі можливості та загрози для суб’єкта підприємницької діяльності, ідентифікувати ключові фактори успіху.  Б. Провести оцінку загальноекономічних факторів впливу на реалізацію підприємницького проекту.  В. Визначити рівень інвестиційної привабливості галузі функціонування суб’єкта підприємницької діяльності.  Г. Провести оцінку соціально-демографічних факторів впливу на реалізацію підприємницького проекту.  Д. Визначити рівень конкурентоспроможності суб’єкта підприємницької діяльності. | |
| 53 | Що є метою проведення внутрішнього аналізу в рамках підготовчої стадії розробки бізнес-плану суб’єкта підприємницької діяльності? | А. Виявити сприятливі можливості та загрози для суб’єкта підприємницької діяльності, ідентифікувати ключові фактори успіху.  Б. Скласти “дерево” цілей реалізації підприємницького проекту.  В. Виявити сильні та слабкі сторони бізнес-проекту.  Г. Провести оцінку соціально-демографічних факторів впливу на реалізацію підприємницького проекту.  Д. Провести оцінку загальноекономічних факторів впливу на реалізацію підприємницького проекту. | |
| 54 | Матриця SWOT-аналіз передбачає набір факторів за такими чотирма напрямами: | А. Загальноекономічні фактори зовнішнього середовища, галузеві фактори, рівень конкурентоспроможності, можливості і загрози.  Б. Фінанси, персонал, виробництво, маркетинг.  В. Місія, цілі, стратегія, тактика.  Г. Зовнішні можливості, зовнішні загрози, внутрішні сильні сторони, внутрішні слабкі сторони.  Д. Політичні, науково-технічні, природні, ментальні. | |
| 55 | Які з перелічених стратегій відповідають типам бізнес-стратегій забезпечення конкурентної переваги суб’єкта підприємницької діяльності за М. Портером? | А. Корпоративна, конкурентна (стратегія бізнесу), функціональна.  Б. Виробнича, маркетингова, кадрова, фінансова.  В. Стратегія лідерства у витратах, стратегія диференціації та стратегія фокусування.  Г. Стратегія зростання, стратегія стабілізації, стратегія скорочення.  Д. Стратегія ринкового лідера, стратегія претендента на лідерство, стратегія ринкового послідовника. | |
| 56 | Що не відноситься до цілей формулювання місії підприємства? | А. Надання суб'єктам зовнішнього середовища загального уявлення про те, що собою являє організація, до чого вона прагне, які засоби готова використовувати в своїй діяльності, якою є її концепція та ін.  Б. Сприяння формуванню інформації про конкурентів.  В. Сприяння формуванню або зміцненню певного іміджу організації в уяві суб'єктів зовнішнього середовища.  Г. Сприяння єднанню усередині організації і створенню корпоративного духу.  Д. Створення можливостей для більш дієвого управління організацією. | |
| 57 | Як називається інструмент управління бізнесом, що передбачає декомпозицію цілей та завдань, спрямованих на досягнення певної мети, в ієрархічному порядку? | А. Дерево цілей.  Б. SWOT-аналіз.  В. PEST-аналіз.  Г. Функціонально-вартісний аналіз.  Д. Немає правильної відповіді. | |
| 58 | Які види стратегій розрізняють за функціональним напрямом? | А. Стратегія лідерства у витратах, стратегія диференціації, стратегія фокусування.  Б. Стратегія ринкового лідера, стратегія претендента на лідерство, стратегія ринкового послідовника.  В. Стратегія концентрованого зростання, стратегія диверсифікованого зростання, стратегія інтегрованого зростання.  Г. Стратегія зростання, стратегія стабілізації, стратегія скорочення.  Д. Виробнича, маркетингова, кадрова, фінансова, інвестиційна. | |
| 59 | Як називається стратегія, яка пов’язана зі значною кількістю нововведень (інновацій), спрямованих на утримання лідируючих позицій на ринку, активною маркетинговою діяльністю задля утримання та розширення існуючої ринкової частки? | А. Стратегія ринкового претендента.  Б. Стратегія ринкового лідера.  В. Стратегія ринкового послідовника.  Г. Стратегія ринкової ніші.  Д. Стратегія лідерства у витратах. | |
| 60 | Яка з наведених характеристик відповідає сутності стратегії фокусування? | А. Передбачає об’єднання із суб’єктами бізнесу з аналогічною діяльністю з метою зміцнення ринкових позицій.  Б. Пов’язана зі значною кількістю нововведень (інновацій), спрямованих на утримання лідируючих позицій на ринку, активною маркетинговою діяльністю задля утримання та розширення існуючої ринкової частки.  В. Передбачає формування конкурентних переваг бізнесу за рахунок зниження витрат на виробництво продукції.  Г. Базується на ефективному позиціонуванні бізнесу.  Д. Передбачає орієнтацію на конкретний ринковий сегмент, спеціалізацію та концентрацію зусиль суб’єкта бізнесу на цьому сегменті. | |
| 61 | Визначте правильну послідовність етапів розробки стратегії для складання бізнес-плану. | А. Дослідження зовнішнього і внутрішнього середовища організації; встановлення орієнтирів діяльності; стратегічний аналіз; моделювання сценаріїв розвитку подій; вибір однієї з альтернативних стратегій.  Б. Вибір однієї з альтернативних стратегій; моделювання сценаріїв розвитку подій; дослідження зовнішнього і внутрішнього середовища організації; встановлення орієнтирів діяльності; стратегічний аналіз.  В. Встановлення орієнтирів діяльності; стратегічний аналіз; вибір однієї з альтернативних стратегій; моделювання сценаріїв розвитку подій; дослідження зовнішнього і внутрішнього середовища організації.  Г. Дослідження зовнішнього і внутрішнього середовища організації; вибір однієї з альтернативних стратегій; моделювання сценаріїв розвитку подій; встановлення орієнтирів діяльності; стратегічний аналіз.  Д. Моделювання сценаріїв розвитку подій; вибір однієї з альтернативних стратегій; дослідження зовнішнього і внутрішнього середовища організації; встановлення орієнтирів діяльності; стратегічний аналіз. | |
| 62 | Визначте, який з наведених етапів процесу розробки стратегії для складання бізнес-плану є першим. | А. Встановлення орієнтирів діяльності.  Б. Стратегічний аналіз.  В. Дослідження зовнішнього і внутрішнього середовища суб’єкта підприємницької діяльності.  Г. Моделювання сценаріїв розвитку подій.  Д. Вибір однієї з альтернативних стратегій. | |
| 63 | До групи макроекономічних факторів зовнішнього середовища впливу на реалізацію підприємницького проекту не відноситься: | А. Рівень інфляції та безробіття.  Б. Динаміка промислового виробництва та розвитку сфери послуг.  В. Зміни доходах населення.  Г. Зміни в демографічній ситуації.  Д. Зміни у процентних ставках, обмінних курсах. | |
| 64 | До групи факторів державного регулювання зовнішнього середовища впливу на реалізацію підприємницького проекту не відноситься: | А. Зміни у системі оподаткування.  Б. Запровадження ліцензування та обов’язкової стандартизації продукції і послуг.  В. Посилення конкуренції.  Г. Посилення державного контролю та вимог.  Д. Державне регулювання ціноутворення. | |
| 65 | До галузевих факторів зовнішнього середовища впливу на реалізацію підприємницького проекту не відноситься: | А. Зниження процентних ставок на банківський кредит.  Б. Посилення конкуренції.  В. Ускладнення доступу до сировини та ресурсів.  Г. Ускладнення доступу до споживачів.  Д. Поява товарів-замінників. | |
| 66 | До якої групи факторів зовнішнього середовища впливу на реалізацію підприємницького проекту відноситься посилення інфляції? | А. Соціально-демографічні фактори.  Б. Макроекономічні фактори.  В. Фактори державного регулювання.  Г. Галузеві фактори.  Д. Науково-технічні фактори.. | |
| 67 | Що із перерахованого не можна віднести до сильних сторін суб’єкта підприємницької діяльності? | А. Унікальні знання та права власності.  Б. Наявність у суб’єкта підприємницької діяльності необхідних (в т.ч. унікальних) ресурсів.  В. Сприятливі природно-кліматичні умови для розвитку бізнесу.  Г. Наявність значної кількості конкурентів.  Д. Стабільний попит на продукцію (послуги) суб’єкта підприємницької діяльності. | |
| 68 | Що із перерахованого можна віднести до загроз розвитку харчової промисловості України? | А. Поліпшення якості і конкурентоспроможності продукції у зв'язку з модернізацією і технічним переозброєнням виробництва.  Б. Розвиток виробництва нових товарів для українського ринку.  В. Збільшення рівня інвестування підприємств харчової промисловості.  Г. Ухвалення державних і регіональних програм, що передбачають істотне збільшення обсягів виробництва продукції харчової галузі.  Д. Наповнення ринку геномодифікованою, дешевшою продукцією. | |
| 69 | Яку з наведених характеристик не доцільно включати до питань, які слід висвітлити при наведенні характеристики продукції (послуг) суб’єкта підприємницької діяльності? | А. Методи просування продукту (послуги).  Б. Показники якості продукції (послуги).  В. Потребу, яку вона задовольнятиме.  Г. Економічні показники (ціна придбання та вартість експлуатації.  Д. Зовнішнє оформлення. | |
| 70 | За якими двома параметрами складається матриця інвестиційної привабливості галузі? | А. Рівень конкуренції в галузі та кількість конкурентів.  Б. Стадія розвитку галузі та обсяг інвестицій у галузь.  В. Рівень конкуренції в галузі та стадія розвитку галузі.  Г. Стадія розвитку галузі та валові питомі капіталовкладення у розрахунку на одне підприємство.  Д. Кількість підприємств у галузі та рівень конкуренції. | |
| 71 | Які групи факторів покладено в основу методики аналізу макросередовища, яка отримала назву PEST-аналізу? | А. Природні, економічні, соціальні, технічні.  Б. Політичні, демографічні, економічні, технологічні.  В. Політичні, економічні, галузеві, технологічні.  Г. Природні, економічні, політичні, технологічні.  Д. Політичні, економічні, соціальні, технологічні. | |
| 72 | Яку з наведених характеристик не доцільно включати до питань, які слід висвітлити при наведенні характеристики суб’єкта бізнесу? | А. Повну та скорочену назву суб’єкта підприємницької діяльності.  Б. Поштову та юридичну адресу суб’єкта підприємницької діяльності.  В. Види діяльності та їх КВЕД.  Г. Показники якості продукції (послуги).  Д. Організаційно-правову форму суб’єкта підприємницької діяльності. | |
| 73 | Яку з наведених характеристик не доцільно включати до питань, які слід висвітлити при наведенні характеристики галузі функціонування підприємства? | А. Організаційно-правову форму суб’єкта підприємницької діяльності.  Б. Динаміка обсягів продаж в досліджуваній галузі за останні роки.  В. Сировинна база галузі.  Г. Обраний суб’єктом бізнесу сегмент (ніша) ринку.  Д. Потенційні покупці продукції (послуг) суб’єкта бізнесу та їх купівельна спроможність. | |
| 74 | Індекс Херфіндаля-Хершмана розраховують як: | А. Суму ринкових часток конкурентів  Б. Добуток ринкових часток конкурентів.  В. Різницю квадратів ринкових часток конкурентів.  Г. Суму квадратів ринкових часток конкурентів.  Д. Добуток квадратів ринкових часток конкурентів. | |
| 75 | Який етап завершує внутрішню логіку розробки розділу “Дослідження ринку”? | А. Оцінювання конкурентної позиції суб’єкта бізнесу.  Б. Ідентифікація потенційних споживачів продукції (послуг).  В. Визначення місткості ринку.  Г. Прогнозне оцінювання обсягів продаж.  Д. Обрання суб’єктом підприємницької діяльності цільового ринкового сегмента | |
| 76 | Згідно із запропонованою М. Портером моделлю 5 сил, фактори мікросередовища поділяються на певні групи. Визначте, яка із наведених груп факторів не виділяється відповідно до даної моделі? | А. Наявний стан розвитку економіки.  Б. Наявний рівень конкуренції в галузі.  В. Загроза появи нових конкурентів.  Г. Ринкова сила постачальників.  Д. Ринкова сила покупців. | |
| 77 | Визначте правильну послідовність етапів складання карти стратегічних груп. | А. Визначення основних конкурентів; оцінка значень параметрів для досліджуваного бізнесу та визначених конкурентів; вибір двох основних параметрів для оцінки; розробка шкали для інтерпретації значень обраних параметрів; побудова графічної моделі карти стратегічних груп.  Б. Вибір двох основних параметрів для оцінки конкурентів; розробка шкали для інтерпретації значень обраних параметрів; оцінка значень параметрів для досліджуваного бізнесу та визначених конкурентів; побудова графічної моделі карти стратегічних груп; визначення основних конкурентів.  В. Визначення основних конкурентів; вибір двох основних параметрів для оцінки; розробка шкали для інтерпретації значень обраних параметрів; оцінка значень параметрів для досліджуваного бізнесу та визначених конкурентів; побудова графічної моделі карти стратегічних груп.  Г. Визначення основних конкурентів; вибір двох основних параметрів для оцінки; побудова графічної моделі карти стратегічних груп; розробка шкали для інтерпретації значень обраних параметрів; оцінка значень параметрів для досліджуваного бізнесу та визначених конкурентів.  Д. Побудова графічної моделі карти стратегічних груп; визначення основних конкурентів; вибір двох основних параметрів для оцінки; розробка шкали для інтерпретації значень обраних параметрів; оцінка значень параметрів для досліджуваного бізнесу та визначених конкурентів. | |
| 78 | Який із наведених методів не відноситься до кількісних методів прогнозування обсягів продажу? | А. Аналіз часових рядів.  Б. Метод рівня споживання.  В. Нормативний метод.  Г. Метод аналогій.  Д. Експертний метод. | |
| 79 | Який метод прогнозування обсягів продажу базується на стратегічному спостереженні закономірностей розвитку обсягів продаж, визначенні тенденцій цих змін та продовження цієї тенденції на плановий період? | А. Нормативний метод.  Б. Метод аналізу часових рядів.  В. Метод аналогій.  Г. Експертний метод.  Д. Метод рівня споживання. | |
| 80 | Сутність якого методу полягає у прогнозуванні обсягів продаж продукції (надання послуг) шляхом прийняття за еталон фактичних даних на інших схожих ринках? | А. Методу рівня споживання.  Б. Експертного методу.  В. Нормативного методу.  Г. Методу аналогій.  Д. Методу аналізу часових рядів. | |
| 81 | Який з наведених методів не відноситься до методів колективних експертних оцінювань? | А. Метод “Дельфі”.  Б. Метод комісій.  В. Метод аналогій.  Г. Метод “мозкових” штурмів.  Д. Метод синтетики. | |
| 82 | Який із наведених факторів не відноситься до чинників зовнішнього макросередовища? | А. Споживачі.  Б. Політична ситуація.  В. Стан економіки.  Г. Соціальні фактори.  Д. Рівень розвитку технологій в країні. | |
| 83 | Який із наведених факторів не відноситься до чинників зовнішнього мікросередовища? | А. Споживачі.  Б. Конкуренти.  В. Постачальники.  Г. Наявність товарів-замінників.  Д. Стан економіки країни. | |
| 84 | До моделі 5 конкурентних сил М. Портера не належить такий фактор, як: | А. Суперництво між продавцями всередині галузі.  Б. Здатність споживачів диктувати свої умови.  В. Загроза появи нових конкурентів.  Г. Наявність товарів-замінників.  Д. Рівень науково-технічного розвитку. | |
| 85 | До факторів внутрішнього середовища підприємства не відноситься: | А. Кадровий потенціал.  Б. Конкуренти.  В. Майновий потенціал.  Г. Фінансовий потенціал.  Д. Виробничий потенціал. | |
| 86 | Загроза з боку продукції інших сфер діяльності або галузей, що може задовольняти однакові потреби споживача, у моделі 5 сил М. Портера відноситься до: | А. Існуючої конкуренції.  Б. Потенційної конкуренції.  В. Ринкової сили постачальників.  Г. Ринкової сили споживачів.  Д. Загрози з боку товарів-субститутів. | |
| 87 | Облікова ставка НБУ відноситься до такої групи факторів: | А. Політичні.  Б. Економічні.  В. Соціальні.  Г. Конкурентні.  Д. Технологічні. | |
| 88 | Існуюче у країні законодавство відноситься до такої групи факторів: | А. Політичні.  Б. Економічні.  В. Соціальні.  Г. Конкурентні.  Д. Технологічні. | |
| 89 | Основними організаційно-правовими формами, у яких може здійснюватися бізнес, є: | А. Фізичні особи-підприємці та юридичні особи.  Б. Громадяни та юридичні особи.  В. Фізичні особи-підприємці та товариства з обмеженою відповідальністю.  Г. Юридичні особи та підприємства.  Д. Громадяни та особи без громадянства. | |
| 90 | Підприємницька діяльність здійснюється від свого імені при такій організаційно-правовій формі: | А. Фізична особа-підприємець.  Б. Товариство з обмеженою відповідальністю.  В. Акціонерне товариство.  Г. Концерн.  Д. Асоціація. | |
| 91 | Першим етапом механізму створення власної справи є: | А. Пошук фінансування.  Б. Розробка бізнес-плану.  В. Пошук партнерів.  Г. Пошук бізнес-ідеї.  Д. Реєстрація бізнесу. | |
| 92 | Офіційне визнання шляхом засвідчення державою факту створення або припинення юридичної особи, набуття або позбавлення статусу підприємця фізичною особою – це: | А. Державна реєстрація.  Б. Здійснення господарської діяльності.  В. Державне регулювання.  Г. Сертифікація.  Д. Ліцензування. | |
| 93 | Джерело фінансування бізнесу, що передбачає збір коштів на спеціальних платформах у значної кількості людей: | А. Кредит.  Б. Інвестиція.  В. Венчурне фінансування.  Г. Краудфандінг.  Д. Грантове фінансування. | |
| 94 | Джерело фінансування, яке передбачає надання коштів різними фондами та організаціями з цільовим призначенням на безповоротній основі: | А. Кредит.  Б. Інвестиція.  В. Венчурне фінансування.  Г. Краудфандінг.  Д. Грантове фінансування. | |
| 95 | Джерело фінансування, яке передбачає надання коштів банківськими установами на платній та поворотній основі: | А. Кредит.  Б. Інвестиція.  В. Венчурне фінансування.  Г. Краудфандінг.  Д. Грантове фінансування. | |
| 96 | Відповідно до чинного законодавства використання печатки є: | А. Обов’язковим для усіх суб’єктів бізнесу.  Б. Обов’язковим лише для фізичних осіб-підприємців.  В. Обов’язковим лише для юридичних осіб.  Г. Не обов’язковим.  Д. Обов’язковим для усіх суб’єктів приватної форми власності. | |
| 97 | Розгляд документів, поданих для державної реєстрації та проведення інших реєстраційних дій, щодо юридичних осіб та фізичних осіб-підприємців здійснюється протягом: | А. 24 годин.  Б. 48 годин.  В. 5 робочих днів.  Г. 10 робочих днів.  Д. 1 місяця. | |
| 98 | Не мають право використовувати найману працю суб’єкти бізнесу, які: | А. Відносяться до 1 групи за спрощеною системою оподаткування.  Б. Відносяться до 2 групи за спрощеною системою оподаткування.  В. Відносяться до 3 групи за спрощеною системою оподаткування.  Г. Відносяться до 4 групи за спрощеною системою оподаткування.  Д. Перебувають на загальній системі оподаткування. | |
| 99 | Чітко виражена мета існування підприємства на ринку: | А. Ціль.  Б. Стратегія.  В. Тактика.  Г. Статут.  Д. Місія. | |
| 100 | Стратегією найвищого рівня є стратегія: | А. Корпоративна.  Б. Конкурентна.  В. Функціональна.  Г. Конгломератна.  Д. Операційна. | |
| 101 | Стратегія, згідно з якою подальший розвиток бізнесу забезпечується за рахунок удосконалення діяльності в межах освоєного ринку функціонування – це: | А. Стратегія ліквідації.  Б. Стратегія концентрованого розвитку.  В. Стратегія диверсифікованого розвитку.  Г. Стратегія інтегрованого розвитку.  Д. Стратегія скорочення. | |
| 102 | Стратегія, згідно з якою подальший розвиток бізнесу забезпечується за рахунок диверсифікації діяльності та освоєння нових ринків збуту – це: | А. Стратегія ліквідації.  Б. Стратегія концентрованого розвитку.  В. Стратегія диверсифікованого розвитку.  Г. Стратегія інтегрованого розвитку.  Д. Стратегія скорочення. | |
| 103 | Стратегія, згідно з якою подальший розвиток бізнесу забезпечується за рахунок утворення нових структурних підрозділів, розвитку нових видів діяльності, застосування різноманітних форм інтеграції із своїми контрагентами – це: | А. Стратегія ліквідації.  Б. Стратегія концентрованого розвитку.  В. Стратегія диверсифікованого розвитку.  Г. Стратегія інтегрованого розвитку.  Д. Стратегія скорочення. | |
| 104 | За способом віднесення на продукцію розрізняють витрати: | А. Постійні і змінні.  Б. Регульовані і нерегульовані.  В. Прямі і непрямі.  Г. Релевантні і нерелевантні.  Д. Одноелементні та комплексні. | |
| 105 | Процес поділу ринку, тобто поділ клієнтів організації на певні групи, які мають однакові потреби – це: | А. Диверсифікація.  Б. Інтеграція.  В. Кооперація.  Г. Спеціалізація.  Д. Сегментація. | |
| 106 | В основу розробки стратегії маркетингу покладено: | А. Вибір цільового ринку.  Б. Вибір виду діяльності.  В. Вибір персоналу.  Г. Вибір обладнання.  Д. Вибір технології виробництва. | |
| 107 | До критеріїв сегментації ринку не відноситься: | А. Географічне місце ринку.  Б. Вік споживачів.  В. Фінансове становище споживачів.  Г. Професія споживачів.  Д. Чисельність персоналу підприємства. | |
| 108 | Маркетинговий підхід, що передбачає орієнтацію на один цільовий сегмент ринку, називається: | А. Концентрований.  Б. Диференційований.  В. Масовий.  Г. Сингл-маркетинг.  Д. Немає правильної відповіді. | |
| 109 | Орієнтація на широкий споживчий ринок із використанням одного базового комплексу маркетингу передбачає наступний маркетинговий підхід: | А. Концентрований.  Б. Диференційований.  В. Мас-маркетинг.  Г. Сингл-маркетинг.  Д. Немає правильної відповіді. | |
| 110 | Плановий обсяг виробництва визначається на основі: | А. Власної думки засновника бізнесу.  Б. Побажань інвестора.  В. Маркетингового плану.  Г. Організаційного плану.  Д. Фінансового плану. | |
| 111 | Опис необхідних матеріальних ресурсів наводиться у такому розділі бізнес-плану як: | А. Резюме.  Б. Маркетинговий план.  В. Виробничий план.  Г. Організаційний план.  Д. Фінансовий план. | |
| 112 | Основні етапи виробництва продукції відображаються у: | А. Описі технологічного процесу.  Б. Описі необхідного обладнання.  В. Маркетинговому плані.  Г. Фінансовому плані.  Д. Організаційному плані. | |
| 113 | Інструмент, що передбачає визначення послідовності робіт щодо реалізації проекту з відображенням їх тривалості, термінів початку та завершення, – це: | А. Діаграма Ісікави.  Б. Діаграма Ганта.  В. Дерево цілей.  Г. Матриця МакКінсі.  Д. SPACE-аналіз. | |
| 114 | В основу розробки стратегії маркетингу покладено: | А. Вибір цільового ринку.  Б. Вибір виду діяльності.  В. Вибір персоналу.  Г. Вибір обладнання.  Д. Вибір технології виробництва. | |
| 115 | Що не відноситься до критеріїв оцінки ефективності сегменту ринку? | А. Місткість сегмента.  Б. Прибутковість сегмента.  В. Тип ринкової структурри, якою характеризується сегмент.  Г. Ресурсні можливості підприємства.  Д. Доступність сегмента. | |
| 116 | У ринковій системі господарювання бізнес-план виконує дві найважливіші функції: | А. Первинну та вторинну.  Б. Економічну та соціальну.  В. Економічну та правову.  Г. Функціональну та матричну.  Д. Внутрішню та зовнішню. | |
| 117 | Інформаційне поле бізнес-плану – це: | А. Сукупність документів, які забезпечують інформаційні потреби підприємця в процесі опрацювання бізнес-плану.  Б. Забезпечення діяльності підприємства  В. Результати роботи.  Г. Забезпечення інформаційні потреби працівника в процесі опрацювання бізнес-плану.  Д. Всі відповіді вірні. | |
| 118 | В організаційному плані описується: | А. Оцінка ризиків підприємства.  Б. Потреба в трудових ресурсах.  В. Організація фінансової діяльності.  Г. Планування виробництва.  Д. Опис конкурентів. | |
| 119 | Які існують види організаційних структур? | А. Замовник – підрядчик.  Б. Функціональна, матрична, проектна.  В. Керівник – єдина група учасників проекту.  Г. Керівник – різноманітні групи учасників проекту.  Д. Проста та складна. | |
| 120 | Методи зниження ризиків: | А. Диверсифікація або розподіл ризиків; резервування коштів на покриття збитків; страхування ризиків.  Б. Своєчасне виявлення можливих непередбачуваних негативних ситуацій та оцінки можливого збитку.  В. Залучення спонсорської допомоги.  Г. Ліквідація або «замороження» проекту.  Д. Санація та реструкутризація. | |
| 121 | З використанням якої з формул можна розрахувати обсяг реалізації продукції підприємства, при якому досягається беззбитковість його діяльності: | А. Прибуток / (Ціна – Постійні витрати – Змінні витрати).  Б. Постійні витрати / (Ціна – Змінні витрати на одиницю).  В. Постійні витрати на одиницю продукції / (Ціна – Змінні витрати).  Г. Ціна – Постійні витрати – Змінні витрати на одиницю продукції = 0.  Д. Постійні витрати на одиницю продукції / (Дохід від реалізації – Змінні витрати). | |
| 122 | Потреба в машинах і обладнанні повинна визначатись на основі: | А. Потужності підприємства.  Б. Визначеного технологічного процесу.  В. Попиту і пропозиції.  Г. Обсягу виробництва.  Д. Аналогічного обладнання підприємств-конкурентів. | |
| 123 | Потреба у обладнанні встановлюється на основі: | А. Планових обсягів виробництва.  Б. Ринкового попиту.  В. Потужностей конкурентів.  Г. Міркувань власника бізнесу.  Д. Діяльності конкурентів. | |
| 124 | Конкуренція – це: | A. Економічне змагання.  Б. Суперництво між товаровиробниками за кращі, економічно більш вигідні умови виробництва і реалізації продукції.  В. Це боротьба за монополію на ринку.  Г. Урізноманітнення видів діяльності підприємств у виробничій та маркетингових сферах.  Д. Нова вид підприємницької діяльності. | |
| 125 | Розширення сфери діяльності в будь-якому напрямку, щоб не бути залежним від одного ринку представляє собою такий інструмент антикризового управління як: | А. Моніторинг.  Б. Диверсифікація.  В. Санація.  Г. Реструктуризація.  Д. Реорганізація. | |
| 126 | Сукупність усіх можливих заходів, які здатні привести підприємство до фінансового оздоровлення представляє собою такий інструмент антикризового управління як: | А. Моніторинг.  Б. Диверсифікація.  В. Санація.  Г. Реструктуризація.  Д. Реорганізація. | |
| 127 | Технологію виробництва продукції наведено у такому розділі: | А. Резюме.  Б. Організаційний план.  В. План виробництва.  Г. План маркетингу.  Д. Фінансовий план. | |
| 128 | Що не розглядається у «Плані маркетингу»? | А. Схема розповсюдження продукції.  Б. Методи стимулювання попиту.  В. Потреба у обладнанні для забезпечення виробництва.  Г. Організація післяпродажного обслуговування клієнтів.  Д. Цінова політика підприємства. | |
| 129 | До джерел зовнішньої інформації при складанні бізнес-плану належать: | А. Дані оперативного обліку.  Б. Дані статистичної звітності підприємства.  В. Дані податкового обліку підприємства.  Г. Звітність підприємства.  Д. Результати дослідження цільового ринку. | |
| 130 | Резюме складається: | А. На початку процесу бізнес-планування.  Б. Після того, як складено бізнес-план.  В. Після того, як знайдено інвестора.  Г. Після визначення цільового ринку.  Д. Після першого року функціонування бізнесу. | |
| 131 | Інтереси власника капіталу відображає показник: | А. Обсягів реалізації.  Б. Обсягів придбання обладнання.  В. Обсяги цільового ринку.  Г. Рентабельність інвестицій.  Д. Витрати підприємства. | |
| 132 | Знайти поточну вартість грошових потоків при ставці дисконтування 15 %: у першому році – 300 тис. грн., у другому році – 400 грн., у третьому році – 350 тис. грн. | А. 1050 тис. грн.  Б. 700 тис. грн.  В. 793 тис. грн.  Г. 893 тис. грн.  Д. 500 тис. грн. | |
| 133 | Знайти чисту приведену вартість проекту, якщо відомо, що сума продисконтованих грошових потоків становить 750 тис. грн., сума продисконтованих інвестиційних витрат 560 тис. грн. | А. 1310 тис. грн.  Б. 190 тис. грн.  В. 1,34  Г. 0,75  Д. 655 тис. грн. | |
| 134 | Знайти індекс доходності проекту, якщо відомо, що сума продисконтованих грошових потоків становить 750 тис. грн., сума продисконтованих інвестиційних витрат 560 тис. грн. | А. 1310 тис. грн  Б. 190 тис. грн.  В. 1,34  Г. 0,75  Д. 655 тис. грн. | |
| 135 | Співвідношенням між продисконтованими доходами та продисконтованими витратами визначається: | А. Чиста приведена вартість.  Б. Індекс рентабельності (доходності).  В. Дисконтований період окупності.  Г. Чиста термінальна вартість.  Д. Період окупності. | |
| 136 | Різниця між продисконтованими доходами і продисконтованими витратами становить наступний показник: | А. Чиста приведена вартість.  Б. Індекс рентабельності (доходності).  В. Дисконтований період окупності.  Г. Чиста термінальна вартість.  Д. Період окупності. | |
| 137 | Чистий грошовий потік визначається: | А. Чистий прибуток + амортизаційні відрахування.  Б. Амортизаційні відрахування + фінансові витрати.  В. Фінансові витрати + витрати на збут.  Г. Чистий прибуток – амортизаційні відрахування.  Д. Чистий прибуток – фінансові витрати. | |
| 138 | До основних показників оцінки ефективності інвестиційних проектів (бізнес-проектів) не відноситься: | А. Чиста приведена вартість.  Б. Обсяг доходів.  В. Індекс доходності (рентабельності).  Г. Дисконтований період окупності.  Д. Немає правильної відповіді. | |
| 139 | Показник, що відображає період часу, за який продисконтовані доходи повністю покриють продисконтовані витрати: | А. Чиста приведена вартість.  Б. Індекс рентабельності (доходності).  В. Дисконтований період окупності.  Г. Чиста термінальна вартість.  Д. Період окупності. | |
| 140 | Ендогенні ризики – це: | А. Ризики, що можуть контролюватися суб’єктом бізнесу.  Б. Ризики, що не можуть контролюватися суб’єктом бізнесу.  В. Ризики, які призведуть до катастрофічних подій.  Г. Ризики, які не мають суттєвого впливу на суб’єкт бізнесу.  Д. Немає правильної відповіді. | |
| 141 | Екзогенні ризики – це: | А. Ризики, що можуть контролюватися суб’єктом бізнесу.  Б. Ризики, що не можуть контролюватися суб’єктом бізнесу.  В. Ризики, які призведуть до катастрофічних подій.  Г. Ризики, які не мають суттєвого впливу на суб’єкт бізнесу.  Д. Немає правильної відповіді. | |
| 142 | Основним розділом, на підставі ознайомлення з яким інвестор робить висновки щодо ефективності проекту, є: | А. Фінансовий план.  Б. Резюме бізнес-плану.  В. Маркетинговий план.  Г. Оцінка ризиків.  Д. Організаційний план. | |
| 143 | За сферою бізнесу бізнес-плани можна поділити на: | А. Великі, середні, малі.  Б. Для потенційних партнерів та інвесторів.  В. У сфері виробництва, будівництва, роздрібної та оптової торгівлі, наданні послуг, посередницької діяльності тощо.  Г. Традиційні, принципово нові.  Д. Для ради директорів або зборів акціонерів. | |
| 144 | Який розділ бізнес плану дає відповіді на запитання „Якого товару потребує ринок?” | А. Виробничий план.  Б. План персоналу.  В. Фінансовий план.  Г. Маркетинговий план.  Д. Резюме. | |
| 145 | В якому розділі бізнес-плану знаходиться план доходів і видатків: | А. У плані персоналу.  Б. У фінансовому плані.  В. Він не входить до бізнес-плану.  Г. У виробничому плані.  Д. В плані маркетингу. | |
| 146 | Метою складання фінансового плану є: | А. Взаємоузгодження доходів і витрат.  Б. Визначення виробничої собівартості продукції.  В. Виявлення та комбінація резервів збільшення прибутків шляхом поліпшення використання матеріальних, трудових та фінансових ресурсів.  Г. Визначення цільового сегменту.  Д. Обґрунтування випуску продукту. | |
| 147 | Точка беззбитковості дає змогу з'ясувати: | А. За якого обсягу продажу (у фізичних одиницях) бізнес підприємства залишатиметься збитковим.  Б. Скільки одиниць продукції необхідно продати, щоб витрати підприємства окупились його доходами.  В. За якого обсягу продажу бізнес підприємства стає прибутковим.  Г. Рівень рентабельності бізнес-ідеї.  Д. Рівень платоспроможності підприємства. | |
| 148 | Ціна продажу одиниці товару – 10 грн. Змінні витрати на виробництво становлять 8 грн. за од. Постійні витрати 140 тис. грн. Яку мінімальну кількість виробів необхідно продати, щоб підприємство не мало збитків? | А. 65 тис. од.  Б. 80 тис. од.  В. 70 тис. од.  Г. 92 тис. од.  Д. 78 тис. од. | |
| 149 | Для визначення точки беззбитковості використовують методи: | А. Функціональний, математичний, графічний.  Б. Валового прибутку, графічний, математичний.  В. Експертних оцінок, графічний, математичний.  Г. Аналітичний, функціональний, графічний.  Д. Експертних оцінок, валового прибутку, графічний. | |
| 150 | Ризик, пов’язаний з невиконанням підприємством своїх планів і зобов'язань по виробництву продукції, товарів, послуг, інших видів виробничої діяльності в результаті несприятливого впливу зовнішнього середовища, – це: | А. Ринковий.  Б. Фінансовий.  В. Внутрішній.  Г. Комерційний.  Д. Виробничий. | |
| 151 | Ризик, що виникає в процесі реалізації товарів і послуг, вироблених або закуплених підприємцем, – це: | А. Ринковий.  Б. Фінансовий.  В. Внутрішній.  Г. Комерційний.  Д. Виробничий. | |
| 152 | Ризик, пов'язаний з можливістю невиконання фірмою своїх фінансових зобов'язань, – це: | А. Ринковий.  Б. Фінансовий.  В. Внутрішній.  Г. Комерційний.  Д. Виробничий. | |
| 153 | Просте відхилення від діяльності або обставин, що спричиняють ризик, передбачає такий метод управління: | А. Запобігання.  Б. Скорочення.  В. Утримання.  Г. Передача.  Д. Ліквідація. | |
| 154 | Перекладення відповідальності за ризик на іншу сторону, в основному на страхову компанію передбачає такий метод управління: | А. Запобігання.  Б. Скорочення.  В. Утримання.  Г. Передача.  Д. Ліквідація. | |
| 155 | Проведення власних спеціальних заходів для обмеження розміру ризику, створення спеціальних систем запобігання збитку передбачає такий метод управління: | А. Запобігання.  Б. Скорочення.  В. Утримання.  Г. Передача.  Д. Ліквідація. | |
| 156 | Зберігання відповідальності за ризик, готовність і спроможність покрити всі можливі збитки за рахунок власних коштів передбачає такий метод управління: | А. Запобігання.  Б. Скорочення.  В. Утримання.  Г. Передача.  Д. Ліквідація. | |
| 157 | За можливістю прогнозування виділяють кризи: | А. Потенційні; латентні; явні; руйнівні.  Б. Системні; несистемні (унікальні).  В. Уповільнені; інтенсивні; реактивні.  Г. Реальні; фіктивні.  Д. Прогнозовані; частково прогнозовані. | |
| 158 | Можливість виникнення несприятливої події, яка призводить до фінансових та інших втрат, називають: | А. Невизначеністю.  Б. Форс-мажором.  В. Дисконтуванням.  Г. Ризиком.  Д. Хеджуванням. | |
| 159 | Який розділ бізнес-плану називають «обличчя бізнес-проекту»? | А. Виробничий план.  Б. Організаційний план.  В. Резюме.  Г. Фінансовий план.  Д. Маркетинговий план. | |
| 160 | Термін «бренд» означає: | А. Атрибутику продукції та позицію товару.  Б. Образ товару, відчуття покупців по відношенню до нього.  В. Сегмент ринку.  Г. Логотип продукції.  Д. Слоган. | |
| 161 | Ознаки сегментування ринку продукції виробничо-технічного призначення – це: | А. Клімат, густота населення.  Б. Галузь промисловості, розмір підприємства, місцезнаходження.  В. Спосіб життя, стиль життя.  Г. Освіта, релігія, раса.  Д. Організація постачання. | |
| 162 | Географічні критерії сегментації ринку – це: | А. Регіон розміщення ринку, транспортна мережа.  Б. Вік, стать, етап життєвого циклу родини.  В. Соціальний стан, тип особистості, спосіб життя.  Г. Доходи, освіта покупців.  Д. Канали збуту. | |
| 163 | Демографічний принцип сегментування споживчих ринків – це: | А. Розподіл ринку за такими перемінними як стать, вік, кількісний склад чи етапи життєвого циклу родини, національність, релігійні переконання.  Б. Розподіл споживачів залежно від знання товару, ставлення до нього, характеру використання та реакції на даний товар.  В. Поділ покупців на групи за належністю до суспільного класу, способу життя, типу особистості.  Г. Процес дослідження поведінки покупців на ринку.  Д. Процес дослідження смаків споживачів. | |
| 164 | Що не розглядається у «Плані маркетингу»? | А. Схема розповсюдження продукції.  Б. Методи стимулювання попиту.  В. Потреба у обладнанні для забезпечення виробництва.  Г. Організація післяпродажного обслуговування клієнтів.  Д. Цінова політика підприємства. | |
| 165 | Як називається канал розподілу товарів, якщо підприємство-виробник планує продавати свій товар через мережу власних магазинів? | А. Однорівневий.  Б. Дворівневий.  В. Трирівневий.  Г. Канал прямого маркетингу.  Д. Корпоративний маркетинг. | |
| 166 | Довжина каналу розподілу – це: | А. Кількість посередників між виробником і споживачем плюс один.  Б. Кількість посередників між виробником і споживачем мінус один.  В. Кількість проміжних рівнів каналу розподілу.  Г. Кількість дистриб’юторів у виробника.  Д. Кількість покупців товару. | |
| 167 | Логотип – це: | А. Оригінальне написання найменування рекламодавця, що використовується як символ товару або підприємства і дуже часто є його торговою маркою.  Б. Дотепний вираз, що використовується в рекламному зверненні.  В. Реклама, яка застосовується для того, щоб не дати споживачам забути про певний товар.  Г. Вираз, що заохочує споживачів до придбання товарів.  Д. Знак марки товару. | |
| 168 | Символ, рисунок, позначення, шрифтове оформлення або відмінний колір – це: | А. Торговельний знак.  Б. Фірмовий знак.  В. Фірмове ім'я.  Г. Торговельний образ.  Д. Бренд. | |
| 169 | Частина марки у вигляді букв, слів і/або їх комбінацій, які можуть бути вимовлені – це: | А. Марочне ім'я.  Б. Товарний знак.  В. Товарна марка.  Г. Бренд.  Д. Марочний знак. | |
| 170 | В основу розробки стратегії маркетингу покладено: | А. Вибір цільового ринку.  Б. Вибір виду діяльності.  В. Вибір персоналу.  Г. Вибір обладнання.  Д. Вибір технології виробництва. | |
| 171 | Відповідно до якого методу ціноутворення ціна визначається на підставі понесених витрат на виробництво товару (або надання послуги) з урахуванням бажаної (цільової) норми прибутку на одиницю продукції? | А. Витратного методу.  Б. Методу на основі цільової норми прибутку.  В. Методу встановлення ціни на основі торгів.  Г. Ринкового методу.  Д. Методу встановлення ціни на основі відчутної цінності товару. | |
| 172 | Відповідно до якого методу ціноутворення ціна встановлюється на основі середньоринкових цін на аналогічні продукти (послуги)? | А. Методу на основі цільової норми прибутку.  Б. Витратного методу.  В. Ринкового методу.  Г. Методу встановлення ціни на основі торгів.  Д. Методу встановлення ціни на основі відчутної цінності товару. | |
| 173 | Суть якої стратегії ціноутворення полягає в тому, що з самого початку появи нового товару на ринку на нього встановлюється максимально висока ціна з розрахунку на споживача, готового його купити навіть за такою ціною? | А. Стратегії просування за лідером.  Б. Стратегії проникнення на ринок.  В. Стратегії встановлення престижної ціни.  Г. Стратегії ковзної ціни.  Д. Стратегії «зняття вершків». | |
| 174 | Що не відноситься до основних завдань розробки «Виробничого плану»? | А. Обґрунтування, які машини та обладнання потрібні для виробничого процесу.  Б. Обґрунтування, яка вартість придбання основних засобів, необхідних для реалізації бізнес-проекту.  В. Визначення потреби у матеріалах, сировині, комплектуючих для забезпечення належного проходження виробничого процесу.  Г. Обґрунтування послідовності виконання виробничих операцій та інших технологічних процесів виготовлення продукції.  Д. Обґрунтування організаційно-правової форми суб’єкта підприємницької діяльності. | |
| 175 | Що не відноситься до основних складових блоків розділу «Виробничий план»? | А. Розрахунок максимальної виробничої потужності.  Б. Окреслення усіх можливих ризиків, які можуть виникнути при реалізації підприємницького проекту.  В. Розрахунок витрат, пов’язаних з використанням усіх видів ресурсів.  Г. Калькуляція собівартості одиниці продукції.  Д. Опис технології виробництва та збуту продукції. | |
| 176 | Що є основним ресурсним обмеженням у “Виробничому плані”? | А. Виробнича потужність суб’єкт підприємницької діяльності.  Б. Кількість виробничих операцій.  В. Ресурсне забезпечення.  Г. Матеріально-технічна база.  Д. Кількість працівників. | |
| 177 | Норматив оборотних активів у виробничих запасах розраховують: | А. Діленням середньодобового споживання матеріалів на норму запасу їх споживання.  Б. Множенням середньодобового споживання матеріалів на норму запасу їх споживання.  В. Як різницю між середньодобовим споживанням матеріалів та нормою запасу їх споживання.  Г. Як суму середньодобового споживання матеріалів та норми запасу їх споживання.  Д. Як добуток вартості середньоденного випуску готових виробів у вартісному вираженні та норми їх запасу на складі у днях. | |
| 178 | Що із перерахованого відноситься до постійних витрат? | А. Витрати на сировину і матеріали.  Б. Заробітна плата працівника виробництва.  В. Витрати на всі види палива, що безпосередньо використовуються в процесі виробництва.  Г. Витрати на оплату праці працівників відділу кадрів.  Д. Витрати на сортування, обробку, пакування та передпродажну підготовку товарів. | |
| 179 | Що із перерахованого не відноситься до витрат на збут? | А. Витрати на рекламу та дослідження ринку.  Б. Витрати пакувальних матеріалів для затарювання готової продукції.  В. Витрати на ремонт тари.  Г. Витрати на передпродажну підготовку товарів.  Д. Витрати на врегулювання спорів у судових органах. | |
| 180 | Прямі витрати виробництва становлять 150000 грн., загальновиробничі витрати встановлено у сумі 210000 грн., обсяг виробництва становить 150000 виробів. Визначити виробничу собівартість одиниці продукції: | А. 2,4 грн.  Б. 10 грн.  В. 21 грн.  Г. 2,5 грн.  Д. 34 грн. | |
| 181 | Матеріальні витрати складають 80000 грн., витрати на оплату праці 45000 грн., відрахування на соціальні заходи 15000 грн., амортизація 60000 грн., інші витрати встановлено в розмірі 10000 грн., зворотні відходи 20000 грн. Визначити виробничу собівартість продукції: | А. 180000 грн.  Б. 190000 грн.  В. 210000 грн.  Г. 250000 грн.  Д. 50000 грн. | |
| 182 | Виробнича собівартість виробу – 120 грн., адміністративні витрати на од. продукції – 25 грн., витрати на збут од. продукції – 18 грн., рентабельність – 30 %, ПДВ – 20 %. Відпускна ціна виробника становить: | А. 187,20 грн.  Б. 276,72 грн.  В. 254,28 грн.  Г. 224,95 грн.  Д. 311,54 грн. | |
| 183 | Який з наведених складових блоків не відноситься до розділу “Організаційний план”? | А. Розробка календарного плану-графіка основних етапів робіт щодо організації бізнесу.  Б. Обрання організаційної схеми управління.  В. Обґрунтування форми власності та організаційно-правової форми управління суб’єктом підприємницької діяльності.  Г. Обґрунтування рекламних заходів та витрат на них.  Д. Обґрунтування потреби підприємницького проекту в основному управлінському персоналі. | |
| 184 | Яку з наведених типів організаційних структур управління найбільш доцільно обрати для суб’єкта підприємницької діяльності, яке матиме представництва у всіх регіонах України? | А. Функціональну.  Б. Дивізіональну.  В. Лінійно-функціональну.  Г. Лінійну.  Д. Проектну. | |
| 185 | Для якої організаційної структури управління характерним є виділення автономних структурних підрозділів з високим рівнем самостійності та значним обсягом повноважень керівника щодо прийняття рішень? | А. Функціональної.  Б. Лінійної.  В. Дивізіональної.  Г. Проектної.  Д. Лінійно-функціональної. | |
| 186 | Яка організаційна структура є тимчасовою, створюється на базі існуючої структури управління бізнесом та передбачає формування проектної групи для реалізації певного проекту? | А. Функціональна.  Б. Дивізіональна.  В. Лінійно-функціональна.  Г. Лінійна.  Д. Проектна. | |
| 187 | Що із перерахованого не відноситься до переваг лінійної структури управління? | А. Зниження навантаження на керівника вищого рівня за рахунок делегування частини повноважень функціональним керівникам.  Б. Дотримання принципу єдиноначальності.  В. Чіткий розподіл повноважень та обов’язків.  Г. Відсутність дублювання управлінських функцій, єдність і чіткість розпорядництва.  Д. Оперативність прийняття управлінських рішень. | |
| 188 | Оберіть відповідь, яка найбільш повно характеризує потребу у складанні матриці управлінських можливостей для суб’єкта підприємницької діяльності: | А. Існує потреба визначити рівень ефективності управління.  Б. Існує потреба у залученні зовнішніх консультантів.  В. Існує потреба розробки організаційної структури управління.  Г. Існує потреба навести професійно-кваліфікаційну характеристику управлінського персоналу.  Д. Існує потреба у визначенні тривалості окремих етапів реалізації підприємницького бізнес-проекту. | |
| 189 | У звітному році трудомісткість виробничої програми підприємства склала 1782 тис. людино-год. Передбачається, що в наступному році її загальна трудомісткість має збільшитись на 10%. Річний фонд одного робітника становитиме 1785 людино-год., виконання норм виробітку одним робітником становитиме 107%. Визначте необхідну чисельність виробничих робітників. | А. 1020 осіб.  Б. 1032 особи.  В. 985 осіб.  Г. 1026 осіб.  Д. 1125 осіб. | |
| 190 | Яка з наведених нижче дій не належить до способів зменшення ризику функціонування суб’єкта бізнесу? | А. Страхування.  Б. Розподіл ризику між учасниками проекту.  В. Підвищення якості роботи у сфері управління.  Г. Резервування коштів на покриття непередбачених витрат.  Д. Нейтралізація часткових ризиків. | |
| 191 | Використовуючи наведені дані, розрахувати індекс рентабельності інвестиційного проекту (PI) та зробити висновки щодо його ефективності, якщо за умовами цього проекту продисконтовані інвестиційні витрати на проект дорівнюють 355 тис грн., а продисконтовані чисті грошові потоки дорівнюють 505 тис. грн. | А. 0,7 – проект ефективний.  Б. 0,7 – проект не ефективний.  В. 1,76 – проект ефективний.  Г. 1,65 – проект не ефективний.  Д. 1,42 – проект ефективний. | |
| 192 | У плановому році підприємство планує випустити 1000 шт. виробів А по ціні 500 грн./од. та 2000 шт. виробів Б по ціні 750 грн./од. Крім того, планується виготовити комплектуючих виробів на суму 1500 тис. грн. для сторонніх замовників. Визначити план по товарній продукції. | А. 3800 тис. грн.  Б. 3500 тис. грн.  В. 500 тис. грн.  Г. 1250 тис. грн.  Д. 1500 тис. грн. | |
| 193 | Визначте виробничу програму підприємства для забезпечення отримання цільового прибутку в розмірі 500 тис. грн., якщо змінні витрати на одиницю продукції становлять 70 грн., ціна (без ПДВ) 110 грн. за одиницю, а загальна сума постійних витрат 1000 тис.  грн. | А. 28750 од.  Б. 28750 грн.  В. 37500 од.  Г. 37500 грн.  Д. 28750 ум. од. | |
| 194 | Запланована середньооблікова чисельність промислово-виробничого персоналу підприємства 200 чоловік, випуск валової продукції 800 тис. грн. Оцініть планову ефективність використання персоналу підприємства на основі показника продуктивності праці. | А. 4 тис. грн. / чол.  Б. 3 тис. грн. / чол.  В. 16 тис. грн. / чол.  Г. 8 тис. грн. / чол.  Д. 5 тис. грн. / чол. | |
| 195 | Визначити середньомісячні залишки металу за третій квартал. Залишки станом на: 01.07. – 42 кг, 01.08 – 40 кг, 01.09 – 43 кг, 01.10 – 44 кг | А. 22 кг.  Б. 45 кг.  В. 40 кг.  Г. 42 кг.  Д. 42,25 кг. | |
| 196 | Визначити прибуток підприємства від операційної діяльності, якщо відомо, що чистий дохід підприємства складає 24491 грн., виробнича собівартість реалізованої продукції підприємства складає 10748,8 грн., адміністративні витрати – 4529,35 грн., витрати на збут 400 грн.: | А. 4731,02 грн.  Б. 8812,85 грн.  В. 5465,32 грн.  Г. 9254,56 грн.  Д. 7238,85 грн. | |
| 197 | Визначити валовий прибуток підприємства, якщо відомо, що виручка з ПДВ складає 34754 грн., собівартість реалізованої продукції підприємства складає 16450,5 грн. | А. 12511,17 грн.  Б. 11356,3 грн.  В. 18345,5 грн.  Г. 13476,5 грн.  Д. 14398,43 грн. | |
| 198 | Визначте валову рентабельність продукції підприємства, якщо чистий дохід підприємства склав 20409,17 грн., а собівартість реалізованої продукції 10748,8 грн.: | А. 34,5 %.  Б. 65,2 %.  В. 73,6 %.  Г. 25,8 %.  Д. 89,9 %. | |
| 199 | Підприємство виробляє продукцію одного найменування, ціна виробу – 3000 грн., змінні витрати – 1900 грн. на 1 виріб, загальні постійні витрати – 250 тис. грн. Точка беззбитковості становить: | А. 264 вироби.  Б. 214 виробів.  В. 185 виробів.  Г. 227 виробів.  Д. 324 вироби. | |
| 200 | Підприємство придбало виробниче обладнання вартістю 10800 грн. Ліквідаційна вартість склала 1200 грн., а очікуваний термін корисного використання – 5 років. Визначте розмір амортизаційних відрахувань у першому році за кумулятивним методом: | А. 1540 грн.  Б. 2430 грн.  В. 2170 грн.  Г. 1760 грн.  Д. 3200 грн. | |