

**НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ ЕКОНОМІКИ ТА МЕНЕДЖМЕНТУ**

**Кафедра менеджменту зовнішньоекономічної діяльності підприємств**

**ЗАТВЕРДЖУЮ**

Зав. кафедри \_\_\_\_\_ О.М. Кириленко О.В.

(підпис)

(ПІБ)

« \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ р.

**ТИПОВІ ТЕСТИ**

з дисципліни **«Управління проектами та ризиками»**

Розробив д.е.н., проф. О.Б. Наумов

(науковий ступінь, вчене звання, П.І.Б. викладача)

## Планування проекту

1. Суть розробки бізнес-плану:
  - а) виклад підприємницької ідеї
  - б) реалізація аспектів майбутнього бізнесу
  - в) обґрунтування фінансової доцільності
  - г) характеристика ринкової ситуації
  - д) все перераховане вище
2. Функції розробки бізнес-плану:
  - а) ознайомлення зацікавлених осіб із підприємницькою ідеєю
  - б) зовнішня функція
  - в) організація комплексної системи керування
  - г) внутрішня функція
  - д) все перераховане вище
3. Цілі розробки бізнес-плану:
  - а) залучення капіталу
  - б) аналіз попиту
  - в) аналіз пропозиції
  - г) аналіз конкурентного середовища
  - д) формування політики ціноутворення
4. Формування інформаційного поля при складанні бізнес-плану ґрунтується на:
  - а) зборі правової інформації
  - б) аналізі зовнішньоекономічної інформації
  - в) зборі комерційної інформації
  - г) опрацюванні маркетингової інформації
  - д) все перераховане вище
5. Головна задача маркетингової функції полягає у виявленні:
  - а) задач бізнес-плану
  - б) організації виставок, ярмарків
  - в) потенційних споживачів
  - г) правильної відповіді немає
  - д) все перераховане вище
6. Регіональний бізнес-план - це:
  - а) фінансування програм для органів із бюджетними повноваженнями
  - б) обґрунтування стратегії виходу на новий ринок
  - в) обґрунтування перспективи регіону
  - г) вірно а) і в)
  - д) вірно б) і в)
7. Розробка бізнес-плану за міжнародною методикою ЮНІДО в умовах української економіки спрямована на:
  - а) пошук потенційних інвесторів за межами України
  - б) гарантовану підтримку Всесвітнього банку реконструкції і розвитку
  - в) поповнення державного бюджету України
  - г) розширення конкурентного середовища бізнесу
  - д) інноваційну оцінку
8. При проведенні оцінки дій конкурентів необхідно виявляти:
  - а) їх слабкі та сильні сторони
  - б) граничні показники прибутковості
  - в) потенційну частину ринку, завойовану кожним

- г) вірно а) і в)
- д) вірно а) і б)

9. При обґрунтуванні доцільності вибору ринку збуту продукції треба наводити дані:

- а) бухгалтерської звітності
- б) експортного потенціалу ринку
- в) стратегії збуту і просування товару на ринок
- г) вірно а) і в)
- д) вірно б) і в)

10. Основне інформаційне джерело при складанні бізнес-плану:

- а) власний досвід
- б) відомості про конкурентів
- в) аналітичні і ринкові огляди
- г) все перераховане вище
- д) правильної відповіді немає

11. Цінність бізнес-плану залежить від основних показників корисності інформації, що характеризують:

- а) об'єктивність
- б) актуальність
- в) своєчасність
- г) комунікативність
- д) все перераховане вище

12. При складанні бізнес-плану для нового бізнесу виділяють три основні стадії:

- а) початкову, підготовчу, основну
- б) початкову, підготовчу, перепідготовчу
- в) основну, альтернативну, заключну
- г) розробка, реалізація, етап завершення
- д) правильної відповіді немає

13. Вибір сфери підприємницької діяльності, при обґрунтуванні ідеї бізнес-плану, залежить від:

- а) ідеї майбутнього бізнесу
- б) наявності необхідних ресурсів
- в) необхідності ліцензування діяльності
- г) рівня конкуренції в галузі
- д) все перераховане вище

14. Головна задача підготовчої стадії при розробці бізнес-плану

- а) розробка концепції майбутнього бізнесу
- б) вибір сфери діяльності
- в) вибір форми організації бізнесу
- г) все перераховане вище
- д) правильної відповіді немає

15. Чинники зовнішнього аналізу, що враховуються при складанні бізнес-плану, ставлять такі головні цілі:

- а) визначити сприятливі можливості і загрози для фірми
- б) ідентифікувати ключові фактори успіху в обраній сфері бізнесу
- в) розробити техніко-економічне обґрунтування
- г) вірно а) і б)
- д) вірно а) і в)

16. Логіка процесу стратегічного планування на підготовчій стадії розробки бізнес-плану повинна передбачати:
- а) аналіз стратегічних альтернатив і вибір стратегії
  - б) визначення місії фірми
  - в) розробку плану для досягнення цілі
  - г) все перераховане вище
  - д) правильної відповіді немає
17. Для оцінки конкурентної позиції фірми при розробці бізнес-плану розраховують:
- а) матрицю конкурентного профілю
  - б) рівень рентабельності
  - в) економічну ефективність виробництва
  - г) можливий обсяг продажів
  - д) все перераховане вище
18. Фактори внутрішнього аналізу при розробці бізнес-плану -це:
- а) очікувані обсяги виробництва
  - б) оцінка сильних і слабких сторін
  - в) обсяг продукції
  - г) необхідні витрати на рекламу
  - д) все перераховане вище
19. При заключному етапі оцінки загального стану фірм проводиться:
- а) обґрунтування форми організації бізнесу
  - б) обґрунтування підприємницької ідеї
  - в) SWOT-аналіз
  - г) вибір сфери діяльності
  - д) все перераховане вище
20. Суть проведення SWOT-аналізу при розробці бізнес плану:
- а) порівняння сильних і слабких сторін фірми з потенційно сприятливими можливостями і загрозами для бізнесу
  - б) пошук позитивної синергії і подолання негативної синергії
  - в) вибір місії фірми
  - г) вірно а) і в)
  - д) вірно а) і б)
21. Визначення місії фірми при складанні бізнес-плану базується на:
- а) лаконічності і чіткому описі діяльності фірми
  - б) відображенні бачення підприємцем свого бізнесу в майбутньому
  - в) розкритті переваг фірми
  - г) відображенні конкретних цілей компанії
  - д) все перераховане вище
22. Стратегія контролювання витрат базується на:
- а) збільшенні витрат на рекламу
  - б) зменшенні усіх витрат у порівнянні з витратами конкурентів
  - в) зменшенні накладних витрат
  - г) зменшенні прямих витрат
  - д) немає правильної відповіді

## *Структура, логіка розробки й оформлення бізнес-плану*

1. Що містить у собі структура бізнес-плану?
  - а) організаційний план
  - б) оцінку ризиків
  - в) маркетинговий план
  - г) фінансовий план
  - д) все перераховане вище
2. У процесі обґрунтування маркетинг-плану доцільно визначити власну конкурентоспроможність шляхом:
  - а) порівняння сильних і слабких сторін своєї діяльності і конкурентів в усіх напрямках
  - б) порівняння сильних і слабких сторін своєї діяльності
  - в) порівняння обсягів продажів
  - г) порівняння обсягів витрат
  - д) порівняння обсягів операційного прибутку
3. При виборі стратегії фінансового лідерства при розробці маркетинг-плану необхідно:
  - а) встановити ціни вище, ніж у конкурентів
  - б) встановити ціни нижче, ніж у конкурентів
  - в) встановити ціни на рівні конкурентів
  - г) влаштувати розпродаж
  - д) правильної відповіді немає
4. При виборі стратегії диференціації при розробці маркетинг-плану необхідно:
  - а) створення унікальної продукції
  - б) створення дешевої продукції
  - в) зняття унікальної продукції з виробництва
  - г) зменшення асортименту випуску продукції
  - д) збільшення асортименту випуску продукції
5. Внутрішня функція при розробці бізнес-плану застосовується як:
  - а) оцінка ліквідності
  - б) інструмент стратегії планування й оперативного управління
  - в) інструмент кредитування
  - г) вірно а) і в)
  - д) вірно б) і в)
6. За обсягом обраного бізнесу бізнес-плани класифікуються на:
  - а) великі, середні, малі
  - б) великі, малі
  - в) середні, малі
  - г) великі, часткові, малі
  - д) великі, супервеликі
7. Джерелами одержання первинних даних у процесі проведення маркетингового аналізу можуть виступати:
  - а) поштове опитування
  - б) телефонне опитування
  - в) закупка продукції та її експертиза
  - г) прямий особистий контакт із конкурентами
  - д) все перераховане вище

8. Джерелами одержання вторинних даних у процесі проведення маркетингового аналізу можуть виступати:
- а) публікації з достовірних джерел
  - б) внутрішня документація фірми
  - в) телефонне опитування
  - г) вірно а) і б)
  - д) все перераховане вище
9. Які основні моменти, на Ваш погляд, насамперед, цікавлять інвестора?
- а) термін і розмір одержання першого прибутку
  - б) окупність вкладених коштів
  - в) скільки вихідних днів у році
  - г) вірно а) і б)
  - д) вірно б) і в)
10. План грошових надходжень і виплат складається для:
- а) оцінки активів підприємства
  - б) аналізу точки беззбитковості
  - в) прогнозу реального грошового потоку
  - г) політики ціноутворення
  - д) стандарту ІСО-9000
11. Чи передусє розробка бізнес-плану техніко-економічному обґрунтуванню інвестицій?
- а) да
  - б) ні
12. При техніко-економічному обґрунтуванні інвестицій для підприємця бізнес-план покликаний вирішувати:
- а) доцільність (ефективність) вкладення капіталу
  - б) успішну програму дій у процесі реалізації проекту
  - в) боргові зобов'язання
  - г) вірно а) і б)
  - д) вірно б) і в)
13. Залежно від обраної сфери бізнесу бізнес-плани спрямовані на:
- а) виробництво
  - б) будівництво
  - в) надання послуг
  - г) торгівлю
  - д) все перераховане вище
14. За характеристиками продукту бізнесу бізнес-плани поділяються на:
- а) традиційні
  - б) принципово нові
  - в) споживчого призначення
  - г) вірно б) і в)
  - д) все перераховане вище
15. Залежно від типу інвестиційної ситуації бізнес-плани поділяються на:
- а) бізнес-план структурного підрозділу
  - б) повні бізнес-плани
  - в) альтернативні бізнес-плани
  - г) вірно а) і б)
  - д) вірно б) і в)

16. У бізнес-плані, складеному для відособленого структурного підрозділу, акцентується увага на:
- а) плані розвитку господарської діяльності підрозділу
  - б) плані розвитку господарської діяльності галузі
  - в) розмірі прибутку, що залишається в підрозділі
  - г) вірно а) і б)
  - д) вірно а) і в)
17. У бізнес-плані, складеному для потреб фірми, обґрунтовується:
- а) перспективи розвитку фірми для акціонерів
  - б) обсяги інвестицій або інших ресурсів
  - в) тільки результати маркетингу
  - г) вірно а) і б)
  - д) правильної відповіді немає
18. У повному бізнес-плані нової комерційної діяльності для інвестиційного проекту будь-якого розміру, складеному для потенційного партнера, наводяться дані:
- а) обґрунтування стратегії виходу на ринок
  - б) результатів маркетингу
  - в) очікуваних фінансових результатів
  - г) вірно а) і б)
  - д) все перераховане вище
19. На початковій стадії реалізації проекту бізнес-план є інструментом:
- а) залучення стартового капіталу
  - б) регенерацією ідей
  - в) комунікації
  - г) вірно а) і б)
  - д) вірно в) і б)
20. Який фактор визначає успіх моделювання системи майбутнього бізнесу бізнес-плану:
- а) чітка постановка цілей і правильне розуміння поточної ситуації
  - б) постановка цілей
  - в) розуміння поточної ситуації
  - г) уява
  - д) вірно в) і г)
21. Чи може бізнес-план служити способом розвитку особистих управлінських якостей підприємця?
- а) ні
  - б) так
22. Що дає можливість перевірити бізнес-план:
- а) реалістичність ідеї до початку її реалізації
  - б) утопічність ідеї до початку її реалізації
  - в) реалістичність ідеї після її реалізації
  - г) вірно а) і б)
  - д) правильної відповіді немає
23. Збір інформації виробничого характеру при розробці бізнес-плану є:
- а) необхідним елементом формування інформаційного поля
  - б) елементом формування організаційного плану
  - в) елементом конгломерації
  - г) вірно а) і б)

- д) вірно а) і в)
24. Для виробничої кооперації необхідно провести заздалегідь:
- а) набір робітників некваліфікованих професій
  - б) переговори з потенційними постачальниками і партнерами
  - в) відрахування в пенсійний фонд
  - г) розпродаж товарів
  - д) виплату дивідендів
25. Чи являється статистична інформація про стан і тенденції ринку джерелом інформаційного поля бізнес-плану?
- а) ні
  - б) так
26. Виробничий бізнес-план має право на існування лише за умови:
- а) обґрунтування прибутку
  - б) наявності плану інвестиційних надходжень
  - в) рівня негативної прибутковості
  - г) наявності бізнес-плану англійською мовою
  - д) правильної відповіді немає
27. Обґрунтування можливості комерційного успіху розраховується за допомогою фінансових показників, які характеризують:
- а) потребу у фінансах
  - б) обсяги планових продажів
  - в) розміри прибутку і збитків
  - г) рух коштів
  - д) все перераховане вище
28. Обов'язковими складовими бізнес-плану повинні бути:
- а) маркетинг-план
  - б) виробничий план
  - в) організаційний план
  - г) все перераховане вище
  - д) вірно б) і в)
29. Зміст і структура бізнес-плану, насамперед, залежить від:
- а) конкретних характеристик майбутнього продукту
  - б) дисконтування потоку коштів
  - в) рівня конкуренції обраної галузі
  - г) вірно а) і в)
  - д) вірно б) і в)
30. Основні вимоги написання бізнес-плану:
- а) оптимізм, грамотність
  - б) англійській та російській варіанти
  - в) простота, стислість, легкість сприйняття
  - г) краса оформлення, використання професійних термінів
  - д) все перераховане вище
31. Правила технічного оформлення бізнес-плану передбачають:
- а) титульний лист, нумерацію сторінок, резюме
  - б) малюнки, схеми, графічний матеріал
  - в) статистичні дані минулих років
  - г) рекомендації з використання бізнес-плану
  - д) все перераховане вище



32. Обов'язкові реквізити титульної сторінки бізнес-плану:

- а) назва, адреса, телефон фірми
- б) повна інформація про засновників фірми
- в) дата упорядкування бізнес-плану
- г) вірно а) і в)
- д) вірно а), б) і в)

33. Зміст бізнес-плану повинен відповідати таким основним вимогам:

- а) нумерується римськими цифрами
- б) ділиться на розділи і параграфи
- в) зміст завжди йде за титульною сторінкою
- г) вірно а) і б)
- д) вірно б) і в)

### *Резюме*

1. У бізнес-плані резюме - це:

- а) розділ з інформацією про засновників
- б) розділ з інформацією про потенційних інвесторів
- в) розділ із стислим оглядом найбільш важливих аспектів, націлених на привернення уваги інвесторів
- г) розділ з інформацією про стан справ у галузі
- д) немає правильної відповіді

2. Головна особливість складання резюме:

- а) складається після написання бізнес-плану, але ставиться на початку
- б) складається до написання бізнес-плану
- в) складається після написання бізнес-плану і ставиться в кінці
- г) складається в процесі написання бізнес-плану
- д) складається тільки для внутрішніх потреб засновників

3. При вивченні бізнес-плану потенційні інвестори, насамперед, звертають увагу на:

- а) виробничий план
- б) резюме
- в) характеристику продукту
- г) наявність конкурентів на ринку в даній галузі
- д) вірно а), в) і г)

4. Як правило, резюме закінчується:

- а) рекламними «прайсами»
- б) контактними телефонами
- в) оцінкою шансів на успіх
- г) схемою виробничих потоків
- д) схемою організаційної структури

5. Головна ціль складання резюме:

- а) зацікавити інвестора для подальшого розгляду бізнес-плану
- б) для спрощення роботи з бізнес-планом
- в) підвищення престижу фірми
- г) вірно а) і б)
- д) вірно б) і в)

## *Галузь, продукт (послуги) і ринок*

1. Що відбувається, коли продукція проходить повний життєвий цикл?
  - а) збут і прибутки від реалізації суттєво коливаються
  - б) збут і прибутки від реалізації завжди однакові
  - в) прибутки від реалізації завжди зростають
  - г) фірма захоплює нові ринки
  - д) вірно в) і г)
2. Складові частини розділу бізнес-плану, "галузь, продукт і ринок":
  - а) сучасні тенденції розвитку галузі
  - б) вироблений продукт
  - в) стратегія росту фірми
  - г) права власності на продукт
  - д) все перераховане вище
3. Стислий аналіз стану справ у галузі - це:
  - а) прогнозний звіт по прибутку
  - б) стан справ і тенденції розвитку галузі
  - в) бюджет коштів
  - г) дебіторська заборгованість
  - д) кредиторська заборгованість
4. Загальна характеристика поведінки фірми в галузі обумовлюється:
  - а) стратегічними цілями
  - б) тактичними цілями
  - в) стадією розвитку бізнесу
  - г) географією бізнесу
  - д) все перераховане вище
5. Опис продукту фірми при складанні бізнес-плану включає:
  - а) техніко-експлуатаційні параметри
  - б) привабливість для покупця
  - в) дефіцит бюджету
  - г) вірно а) і в)
  - д) вірно а) і б)
6. Вагомий аргумент для інвестора, який завжди відображається у бізнес-плані:
  - а) обґрунтування стратегії росту і перспектив розвитку фірми
  - б) стимулювання персоналу
  - в) взаємодія між підрозділами фірми
  - г) співвідношення між чоловічим і жіночим персоналом
  - д) вірно а) і в)

## *Дослідження ринку*

1. При обґрунтуванні вибору галузі при розробці бізнес-плану доцільно надавати інформацію про:
  - а) географію цільового ринку
  - б) аналіз поточного стану і перспектив її розвитку
  - в) характеристику потенційних клієнтів
  - г) вірно а) і в)
  - д) все перераховане вище
2. При дослідженні ринку визначається:
  - а) ринковий механізм ціноутворення
  - б) вся можлива інформація про продукт
  - в) роль банків на ринку цінних паперів
  - г) вплив лідерів-імпортерів на споживачів
  - д) вірно а), б) і г)
3. При аналізі ринку обов'язково враховується:
  - а) характеристика продукту і потенціал ринку
  - б) форс-мажорні обставини і хеджування
  - в) ринок деривативів і інновацій
  - г) обсяг продажів і емісія акцій
  - д) різниця між ринковою ціною і номіналом
4. Потенціал ринку містить у собі такі характеристики як:
  - а) обсяг продажів
  - б) дані про виробників
  - в) дані про торгових посередників
  - г) вірно а) і б)
  - д) вірно а), б), в)
5. При визначенні розміру потенціалу ринку враховуються:
  - а) обсяг продажів
  - б) екологія
  - в) дані про виробників
  - г) вірно а) і в)
  - д) вірно в) і г)
6. Фактори, що впливають на вибір місця розташування фірми:
  - а) наближеність до споживачів
  - б) витрати на оренду
  - в) експлуатаційні витрати
  - г) транспортні комунікації
  - д) все перераховане вище

## Вибір сегменту

1. При розробці бізнес-плану кожний сегмент ринку повинен відповідати основним вимогам:
  - а) мати чітку відмінність від інших сегментів
  - б) бути максимально однаковим
  - в) бути достатньо великим
  - г) бути прийнятним для конкретної компанії
  - д) все перераховане вище
2. Під сегментацією ринку при складанні бізнес-плану розуміють:
  - а) ранжування споживачів по групах
  - б) джерела конкуренції
  - в) самофінансування
  - г) культурний клімат всередині підприємства
  - д) одержання максимального прибутку
3. Яким основним вимогам, на Вашу думку, повинен відповідати сегмент ринку:
  - а) відбивати потреби конкретної групи споживачів
  - б) орієнтуватися на купівельну спроможність
  - в) становити практичний інтерес для Вашого бізнесу
  - г) вірно а) і в)
  - д) вірно а), б) і в)
4. Чи впливає тип товару (виробничого або споживчого призначення) на сегментацію ринку?
  - а) завжди впливає
  - б) ніколи не впливає
5. Сегментація ринку здійснюється за такими основними ознаками:
  - а) якість та багатофункціональність товару
  - б) товари індивідуального і виробничого призначення
  - в) взаємозамінність і взаємодоповнюваність товарів
  - г) вірно а) і в)
  - д) вірно а) і б)
6. Ознаки сегментування для індивідуальних споживачів при розробці розділу бізнес-плану «Аналіз галузі, фірми й її продукції (послуг)»:
  - а) географічна і демографічна
  - б) соціально-економічна
  - в) культурна
  - г) політична
  - д) вірно а), б), в)
7. У процесі виявлення потенційних індивідуальних споживачів проводиться їхня сегментація за:
  - а) географічною належністю
  - б) соціально-демографічними параметрами
  - в) психологічними особливостями
  - г) індивідуальними перевагами
  - д) все перераховане вище
8. При обґрунтуванні вибору галузі в процесі складання бізнес-плану береться до уваги:

- а) аналіз структури ринку
  - б) потенційні споживачі продукції
  - в) конкуренти
  - г) вірно а) і в)
  - д) все перераховане вище
9. Основні ознаки сегментування для виробничих споживачів при розробці розділу бізнес-плану «Аналіз галузі, фірми і її продукції (послуг)»:
- а) організаційно-правова форма підприємства
  - б) рівень ділової активності
  - в) мотивація рішення клієнта про покупку
  - г) обсяг min партії
  - д) все перераховане вище
10. Який показник попередньо розраховується для визначення цільового ринку при складанні бізнес-плану?
- а) оцінка привабливості кожного сегмента
  - б) рентабельність
  - в) самоокупність
  - г) ділова активність конкурентів
  - д) річний кошторис на рекламу
11. Оцінка привабливості ринкового сегмента ґрунтується на:
- а) відповідності цілей фірми можливостям конкретного сегмента
  - б) сильних і слабких сторонах фірми щодо обраного сегмента
  - в) сильних і слабких сторонах конкурентів і їхньої позиції щодо обраного сегмента
  - г) вірно а) і в)
  - д) все перераховане вище
12. Обов'язковим елементом ідентифікації цільового ринку при розробці бізнес-плану в сфері обслуговування населення виступає:
- а) зручна транспортна розв'язка
  - б) віддаленість від шумних місць
  - в) вигідне місце розташування фірми
  - г) вірно а) і в)
  - д) вірно б) і в)
13. При характеристиці виробничого плану в процесі розробки бізнес-плану акцентується увага на:
- а) основних вимогах по організації процесу виробництва
  - б) стимулюванні управлінського персоналу
  - в) самофінансуванні
  - г) дефіциті бюджету
  - д) правильної відповіді немає
14. Який головний елемент, на Вашу авторитетну думку, враховується при складанні бізнес-плану в матриці вибору місця розташування фірми:
- а) демографічний бум
  - б) рейтингова оцінка основних факторів розміщення
  - в) політичні тенденції даного регіону
  - г) відродження національної культури
  - д) правильної відповіді немає
15. У процесі оцінки впливу зовнішніх факторів на діяльність фірми береться до уваги:

- а) ступінь конкуренції в сфері бізнесу
- б) плинність кадрів
- в) зміна законодавчої бази
- г) вірно а) і в)
- д) вірно а) і б)

16. Порівняльний аналіз ринкових стратегій конкурентів здійснюється за процедурою, що враховує :

- а) привабливі оціночні показники (якість, асортимент, ціна)
- б) контроль на всіх стадіях виробництва
- в) порівняльний аналіз плану прибутків і витрат
- г) все перераховане вище
- д) правильної відповіді немає

17. Порівняльний аналіз ринкових стратегій конкурентів при складанні бізнес-плану покликаний визначити :

- а) прожитковий мінімум споживача
- б) графік сезонних розпродажів
- в) чим приваблює даний продукт споживача
- г) вірно а), б), в)
- д) вірно б) і в)

18. При складанні порівняльного аналізу ринкових стратегій конкурентів фірма для себе визначає:

- а) залежність вартості грошей у часі
- б) сильні і слабкі сторони конкурентів
- в) спосіб побудови своєї конкурентноспроможної ринкової стратегії
- г) вірно а), б), в)
- д) вірно б) і в)

## Маркетинг-план

1. Головна задача при складанні маркетинг-плану:
  - а) одержання прибутку
  - б) вивчення конкурентного середовища
  - в) обґрунтування стратегії виходу фірми на ринок
  - г) залучення додаткових інвестицій
  - д) прогнозування обсягів продажів
2. Основні компоненти маркетинг-плану:
  - а) продукт
  - б) ціна
  - в) реклама
  - г) канали збуту
  - д) все перераховане вище
3. На стадії первинного виходу на ринок основним орієнтиром маркетинг-плану виступає:
  - а) реклама
  - б) створення початкового попиту на товар
  - в) пробний маркетинг
  - г) впізнавання товарного знаку
  - д) вірно а), б), в)
4. Чи потрібно обов'язкове складання маркетинг-плану при розробці бізнес-плану:
  - а) ні
  - б) так, обов'язково для будь-якого бізнес-плану
5. Маркетинг-план на стадії підвищення попиту на товар орієнтований на :
  - а) розширення асортименту
  - б) освоєння нових сегментів збуту
  - в) зниження цін
  - г) вірно а) і в)
  - д) вірно а) і б)
6. На стадії стабілізації попиту на ринку основний акцент маркетинг-плану ґрунтується на:
  - а) максимізації рекламної діяльності
  - б) пошуку нових ринків збуту
  - в) зниженні цін
  - г) підвищенні цін
  - д) вірно б) і в)
7. Основний принцип, закладений в основу розробки маркетинг-плану:
  - а) оцінка витрат на маркетинг
  - б) оцінка прибутків від збуту
  - в) задоволення потреб споживача
  - г) підвищення престижу торгової марки
  - д) вплив на вартісну структуру ринку
8. Реалізація загальної стратегії маркетинг-плану здійснюється шляхом:
  - а) вибору каналів збуту
  - б) формування ціноутворення
  - в) грамотної реклами
  - г) сервісного обслуговування д) все перераховане вище

9. Розробка маркетинг-плану становить інтерес для:
- а) конкурентів
  - б) потенційних інвесторів
  - в) покупців
  - г) керівництва компанії
  - д) вірно б) і г)
10. При розробці стратегії збуту продукції маркетинг-план передбачає:
- а) канал товарообігу
  - б) стимулювання покупців
  - в) відповідні дії конкурентів
  - г) мотивацію працівників відділу збуту
  - д) вірно а), б) і г)
11. Коли доцільно застосовувати систему товарообігу за участю посередників?
- а) при низькій ціні 1 одиниці
  - б) тільки для товарів широкого вжитку
  - в) тільки для товарів субститутів
  - г) при високій концентрації ринку
  - д) правильної відповіді немає
12. Чим обумовлюється кількість посередників на різних каналах збуту?
- а) законодавством
  - б) споживчою активністю
  - в) валютним курсом
  - г) особливістю реалізованої продукції
  - д) вірно б) і г)
13. Канал збуту нульового рівня фірма вибирає за умови:
- а) високої конкуренції
  - б) покупців великих партій продукції
  - в) зацікавленості покупців у післяпродажному обслуговуванні
  - г) вірно а) і б)
  - д) вірно б) і в)
14. Політика ціноутворення при складанні маркетинг-плану ґрунтується на:
- а) виборі моделі ціноутворення
  - б) витратах виробництва
  - в) позитивному сприйнятті продукції клієнтами
  - г) аналізі цін на товари-субститути
  - д) все перераховане вище
15. Які з перелічених стратегій є стратегіями ціноутворення фірми:
- а) проникнення на ринок
  - б) цінових ліній
  - в) «зняття вершків»
  - г) преміальних цін
  - д) все перераховане вище
16. Основна ідея стратегії зняття «вершків»?
- а) орієнтація на покупців-консерваторів
  - б) активна рекламна політика
  - в) зниження цін на всю нову продукцію
  - г) завищення цін на унікальні товари



д) вірно а) і в)

17. У ході розробки маркетинг-плану споживчий ринок характеризується:
- а) товарами індивідуального споживання
  - б) товарами для промислових потреб
  - в) невеличкою кількістю покупців
  - г) невеличкою кількістю продавців
  - д) вірно а) і в)
18. У ході розробки маркетинг-плану промисловий ринок характеризується:
- а) товарами для промислових потреб
  - б) товарами для потреб підприємств
  - в) товарами індивідуального споживання
  - г) вірно а) і б)
  - д) вірно б) і в)
19. Основні види досліджень для одержання даних у процесі проведення маркетингового аналізу:
- а) обробка первинних і вторинних даних
  - б) телефонне опитування й анкетування
  - в) анкетування й інтерв'ювання
  - г) вірно а) і б)
  - д) все перераховане вище
20. У маркетинг-плані при виборі стратегії параметричного ціноутворення береться до уваги:
- а) техніко-експлуатаційні параметри
  - б) впізнання торгового знака
  - в) однорівневий канал збуту
  - г) аналіз попиту і пропозиції
  - д) ціни конкурентів
21. При розробці маркетинг-плану привабливість кожного цільового сегмента фірма встановлює:
- а) самостійно
  - б) вибірково
  - в) довільно
  - г) на конкурсній основі
  - д) все перераховане вище
22. При розробці маркетинг-плану слід враховувати той факт, що отримана інформація:
- а) завжди і повною мірою достовірна
  - б) може містити неточності
  - в) ніколи не буває правдивою
  - г) не заслуговує на увагу
  - д) правильної відповіді немає
23. Чи можуть впливати конкуренти прямо або побічно на збут продукції?
- а) ні
  - б) завжди вживають
24. Чи можуть впливати конкуренти прямо або побічно на прибуток фірми від реалізації?
- а) завжди вживають
  - б) ні
25. Стратегія преміальних цін або знижок із цін ґрунтується на:
- а) сезонних знижках

- б) витратах на рекламу
- в) знижках із сукупного товарообігу
- г) вірно а) і в)
- д) правильної відповіді немає

26. При складанні плану маркетингу головна ідея стратегії опортуністичного ціноутворення ґрунтується на принципі:

- а) фіксованої ціни
- б) політиці завищення цін
- в) заборони на демпінг
- г) державних преїскурантних цін
- д) все перераховане вище

27. Розробка плану маркетингу базується на обґрунтуванні:

- а) організації реклами та організації збуту
- б) методів стимулювання конкретних споживачів
- в) виявленні привабливих сегментів
- г) методів ціноутворення
- д) все перераховане вище

28. Головна ціль складання маркетинг-плану?

- а) консигнація товару
- б) обґрунтування бюджету витрат на рекламу
- в) прогнозування обсягу продажів
- г) параметричне ціноутворення
- д) одержання державних дотацій

29. У процесі проведення рекламної кампанії маркетинг-план обґрунтовує необхідність:

- а) конкретизації цілей
- б) розробки рекламного бюджету
- в) індивідуального рекламного слогану
- г) мотиваційного аналізу
- д) все перераховане вище

## *Організаційний план*

1. Ціль розробки організаційного плану при складанні бізнес-плану:
  - а) характеристика команди провідних менеджерів фірми
  - б) доцільність вибору організаційно-правової форми бізнесу
  - в) реальність реалізації бізнес-плану
  - г) обґрунтування перед потенційними інвесторами виду діяльності компанії
  - д) все перераховане вище
2. Організаційний план складається з:
  - а) потреб фірми в персоналі
  - б) кадрової політики і стратегії
  - в) сегментації ринку збуту
  - г) вірно а) і в)
  - д) вірно а) і б)
3. Визначення основних принципів при виборі організаційної форми бізнесу:
  - а) відповідальність підприємця особистим майном
  - б) відповідальність підприємця часткою у капіталі
  - в) управлінські здібності підприємця
  - г) все перераховане вище
  - д) правильної відповіді немає
4. Обґрунтування потреби фірми в персоналі при складанні бізнес-плану обґрунтовується:
  - а) штатним розкладом
  - б) мотивацією співробітників
  - в) ротацією співробітників
  - г) оцінкою експертів
  - д) вірно а) і б)
5. Кадрова політика і стратегія фірми при складанні бізнес-плану характеризується:
  - а) процедурою добору персоналу
  - б) появою додаткових витрат на рекламу
  - в) структурою заробітної плати, преміями
  - г) вірно а) і б)
  - д) вірно а) і в)
6. Розробка організаційного плану зводиться до:
  - а) обґрунтування правильності вибору організаційно-правової форми бізнесу
  - б) складання фінансового плану
  - в) залучення інвесторів
  - г) залучення додаткового капіталу
  - д) вірно б) і г)
7. Обґрунтування організаційної схеми управління фірмою, яка починає новий бізнес, здійснюється:
  - а) відповідно до розпоряджень профільного міністерства
  - б) залежно від бажання керівництва фірми
  - в) шляхом формування переліку основних функцій органу управління підприємством
  - г) відповідно до обсягу продукції, що виробляється
  - д) довільно, але з урахуванням чутливості проекту
8. У процесі розробки організаційного плану потрібно з'ясувати, який варіант доцільно запропонувати в бізнес-плані про кожного співробітника з управлінського персоналу:
  - а) кваліфікацію і професійні досягнення

- б) службові обов'язки
- в) досвід роботи
- г) освіта
- д) все перераховане вище

9. Для того щоб чітко розуміти координацію управління діяльністю відділів фірми в організаційному плані, обов'язково наводиться схема:

- а) управління фірмою
- б) плану відпусток
- в) розвитку конкуренції в галузі
- г) все перераховане вище
- д) правильної відповіді немає

10. При складанні організаційного плану і розробці матриці «Функціонально-організаційних одиниць» дотримуються правила:

- а) повного розподілу функцій між підрозділами
- б) повного розподілу функцій між особами
- в) моновідповідальність за здійснення деяких функцій
- г) все перераховане вище
- д) правильної відповіді немає

## Оцінка ризиків

1. Основні фактори ризику при складанні бізнес-плану:
  - а) конкуренція в сфері однотипного бізнесу
  - б) несприятливі тенденції в бізнесі
  - в) недостатня компетенція персоналу
  - г) непрогнозоване підвищення виробничих витрат
  - д) все перераховане вище
2. Основні види ризиків:
  - а) неправильний вибір місії та цілі
  - б) незабезпеченість фінансовими ресурсами
  - в) збільшення кошторису
  - г) форс-мажорні обставини
  - д) все перераховане вище
3. Концепція управління ризиками поширюється:
  - а) аналіз еластичності попиту
  - б) оцінку ступеня ризику і його запобігання
  - в) демпінгові ціни
  - г) дотації держави
  - д) правильної відповіді немає
4. Загальний підхід до оцінки ймовірних ризиків і управління ними включає такі складові компоненти:
  - а) оцінка ліквідності підприємницького проекту
  - б) визначення доцільності інвестування проекту
  - в) здійснення конкретних дій із зниження ризиків
  - г) все перераховане вище
  - д) правильної відповіді немає
5. Прогнозовані зовнішні ризики - це:
  - а) ринковий ризик
  - б) операційний ризик
  - в) ризик зміни валютного курсу
  - г) ризик шкідливого екологічного впливу
  - д) все перераховане вище
6. Чи можливо прорахувати зовнішні ризики?
  - а) так
  - б) з певним ступенем достовірності
7. Зовнішні ризики при складанні бізнес-плану поділяються на:
  - а) передбачувані
  - б) непередбачувані
  - в) заплановані
  - г) вірно а) і б)
  - д) вірно б) і в)
8. Аналіз ризиків бізнес-плану спрямований на вирішення наступних завдань:
  - а) визначення факторів, які впливають на ризик
  - б) пошук способів зменшення ризиків
  - в) оцінка ризиків
  - г) вірно а) і б)
  - д) все перераховане вище

9. Головна ціль виявлення всіх можливих ризиків при складанні бізнес-плану:
- а) страхування від усіх можливих ризиків
  - б) знаходження можливих шляхів зниження або зменшення ризиків
  - в) хеджування від усіх можливих ризиків
  - г) вірно а) і в)
  - д) вірно в) і б)
10. Технологічні внутрішні ризики тісно пов'язані з:
- а) зміною технологій
  - б) помилками в проектно-технічній документації
  - в) погіршенням якості продукції
  - г) вірно б) і в)
  - д) вірно а), б) і в)
11. Чи необхідна оцінка ризиків при розробці бізнес-плану:
- а) ні
  - б) так, обов'язково для будь-якого бізнес-плану
12. Планово-фінансові внутрішні ризики пов'язані з:
- а) зміною законодавчої бази
  - б) зривами в плані робіт
  - в) перевитратою коштів
  - г) вірно б) і в)
  - д) вірно а) і б)
13. При складанні бізнес-плану внутрішні ризики поділяються на:
- а) планово-фінансові
  - б) аналітичні
  - в) технічні
  - г) вірно а) і в)
  - д) все перераховане вище
14. Метод кількісної оцінки ступеня ризику при складанні бізнес-плану:
- а) статистичний метод
  - б) розрахунок середньоквадратичного відхилення від очікуваних показників
  - в) лінійний метод
  - г) все перераховане вище
  - д) вірно а) і б)
15. При використанні методу експертних оцінок можливість ризику підраховується в:
- а) балах
  - б) відсотках
  - в) коефіцієнтах
  - г) натуральних величинах
  - д) вірно а), б) і в)
16. Найбільш поширені дії, спрямовані на нейтралізацію або мінімізацію негативних наслідків можливих ризиків, мають назву:
- а) план
  - б) експертиза
  - в) альтернативний план
  - г) консультаційний метод
  - д) метод інновацій
17. Правда, що процедура розробки альтернативних планів проводиться поетапно?
- а) ні

б) так

18. Хеджування - це:

- а) захист від втрат шляхом укладання довгострокових договорів на постачання продукції за обумовленою ціною
- б) захист від втрат шляхом укладання короткострокових договорів на постачання продукції за обумовленою ціною
- в) захист від втрат шляхом укладання короткострокових договорів на постачання продукції за мінливою ціною
- г) те ж, що і страхування
- д) пул заставних

19. Зовнішнє і внутрішнє страхування як способи зменшення ризиків ґрунтується на:

- а) лімітуванні інвестиційних витрат
- б) придбанні страхових полісів
- в) створенні резервного фонду
- г) обмеженні самофінансування
- д) вірно б) і в)

20. Основні види ризиків, які відображаються при складанні бізнес-плану і які страхуються в першу чергу:

- а) ризик стихійних лих та пожеж
- б) ризик ліквідності і рентабельності
- в) ризик зменшення або псування товарів при транспортуванні
- г) вірно а) і в)
- д) вірно б) і в)

21. Найбільш поширені внутрішні способи зниження ризику при розробці бізнес-плану:

- а) самострахування
- б) диверсифікація інвестиційних ресурсів
- в) використання різних джерел фінансування
- г) підвищення ефективності управління фірмою
- д) все перераховане вище

## Фінансовий план

1. Економічні розрахунки у фінансовому плані при складанні бізнес-плану повинні відображати:
  - а) джерела одержання коштів
  - б) фінансовий стан фірми наприкінці кожного звітного періоду
  - в) фінансовий стан фірми в середині кожного звітного періоду
  - г) вірно а) і б)
  - д) вірно а), б) і в)
2. Основні особливості розробки фінансового плану:
  - а) довільна форма фінансових документів
  - б) стандартна форма фінансових документів
  - в) наявність агрегованого балансу підприємства
  - г) все перераховане вище
  - д) правильної відповіді немає
3. Які особливості, за Вашою авторитетною думкою, повинен мати фінансовий план, складений з перспективою на роки:
  - а) помісячне розбивання показників за перший рік
  - б) квартальне розбивання показників за весь період
  - в) помісячне розбивання показників за перший рік і кварталне розбивання за інші 2 роки
  - г) помісячне розбивання показників за весь період
  - д) правильної відповіді немає
4. Основні аспекти, які беруться до уваги при складанні фінансового плану:
  - а) недопущення невідповідності з іншими розділами бізнес-плану
  - б) розробка альтернативних планів з урахуванням оптимістичних шляхів розвитку бізнесу
  - в) розробка альтернативних планів з урахуванням песимістичних шляхів розвитку бізнесу
  - г) використання достовірної інформації для точних фінансових розрахунків
  - д) все перераховане вище
5. Обов'язкові вимоги до розробки розділів фінансового плану при складанні будь-якого бізнес-плану:
  - а) план прибутків і витрат
  - б) план грошових надходжень і виплат
  - в) плановий баланс
  - г) вірно а), б) і в)
  - д) вірно а) і б)
6. Форма плану прибутків і витрат:
  - а) складається в %
  - б) не стандартна
  - в) стандартна
  - г) довільна
7. План прибутків і витрат покликаний виявляти такі показники:
  - а) загальну суму прогнозованих прибутків і витрат фірми за визначений період (як правило, за три роки)
  - б) загальну суму прогнозованих прибутків і витрат фірми за визначений період (як правило, за десять років)
  - в) загальну вартість основних фондів
  - г) амортизацію
  - д) все перераховане вище



8. У плані прибутків і витрат аналізують такі основні показники:
- а) загальний обсяг продажів і собівартість продукції
  - б) податок на прибуток і чистий прибуток
  - в) операційний прибуток і валовий прибуток
  - г) оплата відсотків за кредит і чистий прибуток до сплати податків
  - д) все перераховане вище
9. При складанні плану прибутків і витрат операційні витрати класифікуються як:
- а) реклама
  - б) утримання офісу
  - в) відрядження
  - г) комунальні послуги
  - д) все перераховане вище
10. При складанні фінансового плану й обґрунтуванні плану прибутків і витрат валовий прибуток визначається як:
- а) різниця між собівартістю проданих товарів і загальними обсягами продажів
  - б) різниця між загальними обсягами продажів і собівартістю проданих товарів
  - в) сума всіх поточних витрат
  - г) різниця між загальними обсягами продажів і амортизацією основних фондів
  - д) вірно в) і г)
11. При складанні прогнозованих обсягів продажів у фінансовому плані використовується така інформація:
- а) тільки інформація економічного характеру
  - б) тільки статистична інформація
  - в) інформація маркетинг-плану
  - г) опитування споживачів за пірамідою Маслоу
  - д) вірно в) і г)
12. Майбутні обсяги прогнозованих продажів у плані прибутків і витрат при обґрунтуванні фінансового плану розраховуються:
- а) середньоарифметичні показники
  - б) окремо по кожному виду продукції
  - в) на основі продажної ціни за 1 од. і кількості проданого товару в шт.
  - г) вірно а) і б)
  - д) вірно б) і в)
13. Чи потрібно обов'язкове складання фінансового плану при розробці бізнес-плану:
- а) ні
  - б) так, обов'язково для будь-якого бізнес-плану
14. Прямі перемінні витрати при розробці фінансового плану безпосередньо залежать від:
- а) обсягу продажів
  - б) електроенергії
  - в) водопостачання
  - г) екології
  - д) рівня податків
15. Операційні витрати, відображені у фінансовому плані, спрямовані на:
- а) зарплату адміністративно-управлінського й обслуговуючого персоналу
  - б) витрати на сировину і матеріали
  - в) витрати на рекламу, страхові платежі
  - г) вірно а) і б)

д) вірно а) і в)

16. Розмір балансового прибутку і збитків значною мірою залежить від:

- а) обсягів продажів
- б) обсягів сировини
- в) податкової політики держави
- г) рівня народжуваності
- д) запасів продукції на складі

17. При розрахунку фінансового плану і визначенні розміру прибутку і збитків графічно визначають:

- а) співвідношення попиту і пропозиції
- б) точку повернення
- в) точку беззбитковості
- г) вірно а) і в)
- д) вірно а) і б)

18. Беззбитковість у бізнес-плані характеризується:

- а) станом фірми, за яким загальні прибутки від продажів частково покривають витрати на виробництво і реалізацію
- б) станом фірми, за яким доходи від продажів цілком покривають витрати на виробництво і реалізацію
- в) станом фірми, за яким витрати мінімальні
- г) станом фірми, за яким витрати не перевищують передбачену бізнес-планом величину
- д) правильної відповіді немає

19. Для визначення точки беззбитковості необхідно знати:

- а) ціну продажу 1 одиниці
- б) прямі витрати на 1 одиницю
- в) загальні операційні витрати
- г) вірно а) і б)
- д) вірно а), б) і в)

20. При розробці фінансового плану і визначенні точки беззбитковості графічно показується:

- а) кількість товарної продукції і нарахованої амортизації
- б) скільки одиниць продукції треба продати, щоб доходи від продажів кожної одиниці товару приносили прибуток
- в) скільки одиниць продукції треба продати, щоб витрати фірми окупилися, а доходи від продажів кожної наступної одиниці приносили прибуток
- г) вірно а) і б)
- д) вірно а) і в)

21. План грошових надходжень і виплат як обов'язковий підрозділ фінансового плану дає можливість визначити:

- а) недостачу або надлишок коштів на фірмі
- б) яку кількість грошей потрібно запозичити на період дефіциту
- в) терміни повернення позичених коштів
- г) конкретні цілі запозичення коштів
- д) все перераховане вище

22. Головним завданням складання плану грошових надходжень і виплат є:

- а) узгодження доходів і виплат із цілями у часі для забезпечення ліквідності фірми
- б) рівень фінансової надійності постачальників сировини і матеріалів
- в) стійкість коштів на рахунках, необхідних для розрахунків за зобов'язаннями
- г) вірно а) і в)
- д) вірно а) і б)

23. Обов'язкові платежі при розрахунках грошових надходжень і виплат для складання бізнес-плану являють собою:
- а) купівлю сировини і матеріалів
  - б) хеджування
  - в) виплата боргу і відсотків за кредит
  - г) вірно а) і в)
  - д) вірно б) і в)
24. Плановий баланс фірми при розробці фінансового плану має таку структуру:
- а) стандартну форму
  - б) нестандартну форму
  - в) довільну форму
  - г) індивідуальну для кожного підприємства
  - д) правильної відповіді немає
25. Активи при складанні планового балансу характеризуються як:
- а) середньо і довгострокові
  - б) поточні і постійні
  - в) ті, що не розподіляються, і вільно обігові
  - г) вірно а) і б)
  - д) вірно б) і в)
26. При розробці планового бюджету фірми пасиви виступають як:
- а) сума довгострокових зобов'язань перед партнерами по бізнесу
  - б) сума поточних зобов'язань
  - в) власний капітал
  - г) позиковий капітал
  - д) все перераховане вище
27. Власний капітал фірми, який відображається у фінансовому плані, складається з:
- а) оперативного лізингу
  - б) акціонерного капіталу та нерозподіленого прибутку
  - в) довгострокових кредитів банків
  - г) державних облігацій
  - д) все перераховане вище
28. При складанні фінансового плану нелегко врахувати:
- а) фіксований розмір прогнозованих надходжень і витрат по місяцях, кварталах, роках
  - б) планований розмір реальних надходжень і витрат по місяцях, кварталах, роках
  - в) розмір надходжень і витрат по роках
  - г) загальну суму надходжень
  - д) все перераховане вище
29. При розробці фінансового плану визначають фінансові коефіцієнти, що характеризуються:
- а) співвідношенням бухгалтерських показників
  - б) державними дотаціями
  - в) співвідношенням оптимістичних і песимістичних прогнозованих даних
  - г) вірно а) і б)
  - д) вірно а), б) і в)
30. Основні фінансові коефіцієнти, які використовуються при складанні фінансового плану для розробки бізнес-плану:
- а) коефіцієнт використання основних фондів та виробничих потужностей
  - б) коефіцієнт операційного прибутку
  - в) коефіцієнт ліквідності, платоспроможності, рентабельності
  - г) коефіцієнт амортизації та зносу основних засобів

- д) правильної відповіді немає
31. Розрахунок фінансових коефіцієнтів при аналізі майбутнього фінансового стану ґрунтується на:
- а) прогнозах
  - б) статистичних даних
  - в) експертній оцінці
  - г) теорії ймовірності
  - д) припущеннях фінансових аналітиків
32. При перевірці припущень, заснованих на фінансових коефіцієнтах, що використовуються при складанні бізнес-плану, проводиться аналіз:
- а) прибутку
  - б) сумарних активів
  - в) грошових потоків
  - г) чутливості проекту
  - д) вірно а), б), в)
33. У фінансовому плані проводиться аналіз чутливості для:
- а) оцінки оборотних коштів
  - б) оцінки достовірності висновків, заснованих на прогнозах
  - в) аналізу поставок
  - г) аналізу конкурентів
  - д) правильної відповіді немає
34. Коефіцієнт ліквідності - це:
- а) спроможність фірми виконати свої короткострокові зобов'язання
  - б) спроможність активів фірми перетворюватись у готівку
  - в) спроможність фірми виконати свої довгострокові зобов'язання
  - г) вірно а) і б)
  - д) вірно б) і в)
35. Основні показники, які використовуються у розрахунках коефіцієнту ліквідності:
- а) чистий оборотний капітал
  - б) поточні активи і пасиви
  - в) відсотки за кредит
  - г) вірно а) і в)
  - д) вірно а) і б)
36. Коефіцієнт платоспроможності, що розраховується при розробці фінансового плану, покликаний акцентувати увагу фірми на:
- а) виконанні своїх короткострокових зобов'язань
  - б) виконанні своїх довгострокових зобов'язань
  - в) обов'язковому відрахуванні всіх бюджетних платежів м
  - г) все перераховане вище
  - д) вірно а) і б)
37. Основний коефіцієнт платоспроможності - це:
- а) коефіцієнт заборгованості
  - б) коефіцієнт співвідношення залучених і власних коштів
  - в) коефіцієнт ділової активності
  - г) вірно а) і б)
  - д) вірно а) і в)
38. Коефіцієнт рентабельності характеризується:
- а) рентабельністю всіх активів підприємства
  - б) рентабельністю реалізації

- в) рентабельністю власного капіталу
- г) рентабельністю основних засобів
- д) все перераховане вище

39. Аналіз ефективності фінансових вкладень при розробці та обґрунтуванні фінансового плану містить у собі:

- а) визначення прибутковості акцій, облігацій
- б) операції з обліку векселів
- в) операції з депозитними сертифікатами
- г) все перераховане вище
- д) правильної відповіді немає

### *Презентація бізнес-плану*

1. Презентація бізнес-плану -це:
  - а) процес обговорювання
  - б) відкритий процес оприлюдненого представлення бізнесу зацікавленим особам
  - в) зустріч інвесторів для конкретизації цілей майбутнього бізнесу
  - г) фуршет
  - д) вірно в) і г)
2. Презентація бізнес-плану здійснюється для:
  - а) встановлення партнерських відносин із кредиторами й інвесторами
  - б) демонстрації підприємницької ідеї, інновацій
  - в) ознайомлення зацікавлених осіб із новим бізнесом
  - г) вірно а) і б)
  - д) все перераховане вище
3. Для зацікавленості потенційних інвесторів і кредиторів важливо акцентувати увагу на:
  - а) поверненні кредиту і % по ньому
  - б) перспективі прибутковості від реалізації бізнес-плану
  - в) зміцненні надалі ринкових позицій фірми
  - г) демонстрації реалістичних очікуваних обсягів прибутку
  - д) все перераховане вище
4. На презентації бізнес-плану найбільша увага й інтерес інвесторів і кредиторів приваблюють:
  - а) ремонт в офісі
  - б) комп'ютерне оснащення фірми
  - в) професійна компетенція підприємця і кваліфікація персоналу
  - г) вірно а) і в)
  - д) вірно б) і в)
5. Дійовим способом підвищення ефективності презентації бізнес-плану може виступати такий додатковий елемент:
  - а) акцентування уваги на зовнішніх аспектах бізнесу
  - б) використання графічної інформації (таблиць, схем, відеокліпів тощо)
  - в) попереднє ознайомлення з бізнес-планом учасників презентації
  - г) вірно б) і в)
  - д) вірно а) і в)
6. Процес презентації охоплює такі ключові моменти:
  - а) ринок, клієнти і конкуренти
  - б) стратегія маркетингу
  - в) продукція фірми
  - г) умови повернення кредиту
  - д) все перераховане вище
7. Характеризуючи продукт (послуги) у процесі презентації, необхідно акцентувати увагу на:
  - а) техніко-економічному обґрунтуванні бізнесу
  - б) продукції конкурентів
  - в) переваги продукції
  - г) вірно а) і б)
  - д) вірно а), б) і в)
8. Для встановлення ефекту довіри між всіма учасниками презентації необхідно:
  - а) сприймати проблеми свого бізнесу очима потенційних партнерів
  - б) уникати двояких висловлювань
  - в) не довіряти потенційним партнерам
  - г) вірно а) і б)
  - д) вірно б) і в)

## *Екологічний аналіз*

1. Ціль екологічного аналізу при розробці бізнес-плану спрямована на:
  - а) запобігання дій, спроможних нашкодити навколишньому середовищу
  - б) безперервну роботу виробничих потужностей
  - в) розробку дій, спрямованих на збільшення обсягів виробництва
  - г) вірно а) і в)
  - д) вірно б) і в)
2. Охорона праці працівників здійснюється на основі:
  - а) особистої ініціативи директора
  - б) особистої ініціативи самих робітників
  - в) відповідно до чинного законодавства
  - г) виплат по лікарняних листах
  - д) вірно в) і г)
3. Чи потрібно обов'язкове проведення екологічного аналізу при розробці бізнес-плану:
  - а) ні
  - б) так, обов'язково для будь-якого бізнес-плану