ФАКУЛЬТЕТ ТРАНСПОРТУ, МЕНЕДЖМЕНТУ І ЛОГІСТИКИ

Кафедра менеджменту зовнішньоекономічної діяльності підприємств

ЗАТВЕРДЖУЮ

Зав. кафедри _О.М. Кириленко О.В.

«_____»_____20___р.

ТИПОВІ ТЕСТИ

з дисципліни *«Бізнес-планування в сфері зовнішньоекономічної діяльності»*

Розробив д.е.н., проф. О.Б. Наумов

Суть і функції складання бізнес-плану

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 маркетинт-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 передує 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 російський 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 грунтується 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 прейскурантних 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 кил ртальне 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 обгрунтуванні 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 грунтується 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 платежі 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