

## Зразок тестових завдань

### 1. Підприємництво – це ...

- а) дорогий костюм, красивий офіс, секретар, власний автомобіль з водієм.
- б) господарська діяльність на власний ризик, спрямована на отримання прибутку та досягнення інших цілей.
- в) господарська діяльність, метою якої є лише отримання прибутку.
- г) організована власна справа, де працює більше 10 найманих працівників.

### 2. Що є важливим для заснування підприємництва?

- а) Гарна ідея бізнесу.
- б) розрахований бізнес-план.
- в) бажання та мотивація створити бізнес.
- г) усі відповіді є правильними.

### 3. Базові принципи підприємницької діяльності:

- а) вільний вибір видів торгової діяльності, самостійне формування підприємцем програми роботи державних інститутів, вільний найм працівників, вільне розпорядження прибутком, що залишається у підприємця після сплати податків;
- б) вільний вибір видів підприємницької діяльності, самостійне формування підприємцем програми своєї діяльності, вільний найм працівників, вільне розпорядження прибутком, що залишається у підприємця після сплати податків;
- в) вільний вибір видів підприємницької діяльності в межах регіону, самостійне формування підприємцем програми свого відпочинку, вільний найм працівників, вільне розпорядження прибутком, що залишається у підприємця після сплати податків;
- г) вільний вибір видів підприємницької діяльності, самостійне формування підприємцем програми своєї діяльності, вільний оборот товарів, вільне використання отриманих коштів.

### 4. За формою власності підприємства поділяються на ...

- а) національні, спільні, іноземні;
- б) комерційні, некомерційні;
- в) великі, середні, малі;
- г) державні, приватні, комунальні.

### **5. Організаційно-правова форма господарювання – це ...**

- а) форма здійснювання підприємницької діяльності з відповідною правовою основою, яка визначає характер відносин між засновниками, режим майнової відповідальності по зобов'язаннях підприємства.
- б) уніформа персоналу підприємства.
- в) форма ведення бухгалтерського обліку та надання звітності.
- г) форма взаємовідносин між суб'єктом діяльності та його контрагентами.

### **6. Від яких факторів залежить вибір організаційно-правової форми підприємництва?**

- а) вид та обсяг діяльності бізнесу.
- б) поради працівників банку.
- в) географічного розташування бізнесу.
- г) курсу іноземної валюти.

### **7. Недоліком одноосібної власності як організаційно-правової форми є:**

- а) гарантоване збереження комерційних таємниць;
- б) наявність розбіжностей між правом власності і функцією контролю діяльності;
- в) повна відповідальність за борги;
- г) постійний (тривалий) характер функціонування.

### **8. Підприємець – це людина, яка має власний бізнес і ...**

- а) перший час працює у ньому в режимі 24/7
- б) займається бізнесом лише тоді, коли буде на це бажання, адже він сам собі керівник.
- в) з перших днів намагається надавати лише якісні послуги.
- г) уважно слідкує, щоб конкуренти не випередили його.

### **9. Власну справу відкривають для того, щоб ...**

- а) Заробляти багато грошей.
- б) Реалізувати давню мрію про власний бізнес.
- в) Реалізувати себе в житті і мати джерело доходу.
- г) Побудувати великий будинок.

### **10. Гарна ідея для підприємництва – це ...**

- а) ідея унікального бізнесу, який ще ніхто не створив і у тебе не буде конкурентів.
- б) унікальна або звичайна ідея, яка добре реалізована.
- в) дуже цікава, унікальна ідея, яка буде сама приносити гроші.
- г) яка перша прийшла на думку.

### **11.Зміст правила «Основою підприємництва є продажі».**

- а) Що б не робив у своєму бізнесі підприємець, бізнес буде існувати лише тоді, коли будуть продажі.
- б) Залежно від того, що продав підприємець, йому потрібно замовляти рекламу.
- в) Основою бізнесу є продажі, тому закуповувати сировину необхідно завчасно.
- г) Обсяг продажу продукції визначає ефективність ведення бізнесу.

### **12.До витрат франчайзі на стадії запуску та ведення бізнесу належать.**

- а) Вступний внесок, інвестиції на придбання необхідних ресурсів, щомісячний платіж до благодійного фонду.
- б) Вступний внесок, інвестиції на придбання необхідних ресурсів, щомісячний платіж, сума якого визначена договором.
- в) Вступний внесок до кредитної спілки, інвестиції на придбання власного автомобіля, щомісячний платіж за банківським кредитом.
- г) Вступний внесок, інвестиції на фондовому ринку, щомісячний платіж, сума якого визначена договором.

### **13.Бізнес-план – це ...**

- а) Фінансовий план розвитку бізнесу.
- б) Розрахунок необхідної суми стартових витрат для старту бізнесу.
- в) Фінансове обґрунтування доцільності реалізації бізнес-ідеї.
- г) Документ, у якому розписано алгоритм відкриття власного бізнесу.

### **14.Склад розділів бізнес-плану.**

- а) Резюме, опис продукту/послуги, аналіз ринку, конкуренти, клієнти, плани маркетингу та продажів, виробничий план, управління та команда, персонал, фінансовий план.
- б) Резюме, опис продукту/послуги, аналіз ринку, конкуренти, клієнти, перелік знижок, виробничий план, управління та команда, персонал, план оптимізації оподаткування.
- в) Резюме, опис компанії, опис продукту/послуги, огляд світового ринку, конкуренти, клієнти, плани маркетингу та продажів, розвиток компанії, план підвищення кваліфікації персоналу, управління та команда, баланс.
- г) Резюме, опис компанії, опис продукту/послуги, конкуренти, клієнти, плани маркетингу та знищення конкурентів, розвиток компанії, виробничий план, управління та команда, персонал, алгоритм реєстрації підприємницької діяльності.

### **15.Призначення резюме бізнес-плану.**

- а) Висвітлити найбільш важливі моменти бізнес-плану.
- б) Ознайомити із ситуацією на ринку даного бізнесу.
- в) Довести, що для реалізації проекту необхідна саме така сума коштів.
- г) Підняти настрій читача.

**16. Який розділ бізнес плану розкриває визначення потенційних споживачів продукції чи послуг підприємства:**

- а) виробничий план;
- б) маркетинговий план;
- в) організаційний план;
- г) аналіз ринку.

**17. Розкрийте зміст поняття «макросередовище підприємства»:**

- а) середовище, елементи якого прямо і постійно впливають на діяльність підприємства;
- б) чинники, які не знаходяться у зв'язку з підприємством постійно, але впливають на формування загальної атмосфери бізнесу;
- в) сукупність чинників, що не входять до складу підприємства, але впливають на нього або можуть вплинути на процес його функціонування;
- г) середовище всередині підприємства.

**18. Навіщо вивчати роботу конкурентів?**

- а) З'ясувати сильні та слабкі місця конкурентів.
- б) Зрозуміти чи варто заходити на даний ринок.
- в) Дізнатись якими технологіями працюють конкуренти.
- г) Всі відповіді є правильними.

**19. Коли слід збільшувати обсяги виробництва продукції?**

- а) Коли закупили сировину за вигідними цінами.
- б) Коли з'явилась ідея нового продукту.
- в) Коли конкуренти збільшують обсяги виробництва.
- г) Коли є попит на більшу кількість продукції.

**20. Постійні витрати – це ...**

- а) Витрати, загальна сума яких не залежить від обсягу виробництва продукції за період.
- б) Витрати, які підприємство постійно сплачує.
- в) Витрати на регулярні заходи по проведенню рекламної кампанії.
- г) Витрати, які підприємству потрібно постійно покривати і які включаються до складу собівартості продукції.

**21. Прибуток – це ...**

- а) Частина виручки, яку підприємець забирає собі.
- б) Сума коштів, яка залишається у підприємця від виручки після покриття всіх витрат.
- в) Сума коштів, яка залишається у підприємця до сплати податків.
- г) Всі відповіді є вірними.

**22. Рентабельність підприємства – це:**

- а) отриманий підприємством прибуток;
- б) відносна доходність або прибутковість (вимірювана у відсотках) як відношення прибутку до витрат капіталу;
- в) відношення прибутку до середньої вартості основних фондів і обігові коштів;
- г) балансовий прибуток на 1 грн. реалізованої продукції;

**23. Сума податків, які сплачує підприємство, залежить від ...**

- а) Виду системи оподаткування (звичайна чи спрощена).
- б) Виручки підприємства за рік.
- в) Ставки податків.
- г) Всі відповіді є вірними.

**24. До основних засобів на підприємстві відносять ...**

- а) грошові кошти;
- б) статутний фонд;
- в) газ природний;
- г) транспорт.

**25. До оборотних засобів відносяться:**

- а) енергетичні та матеріальні потоки;
- б) обладнання, машини, прилади;
- в) земля і склад природної флори і фауни;
- г) напівфабрикати і комплектуючі.

**26. Знос основних засобів це:**

- а) втрата фізичних властивостей основних засобів та їх характеристик;
- б) втрата властивостей від не раціонального використання;
- в) втрата вартості до настання фізичного зношування під впливом НТП;
- г) втрата вартості від дії природних факторів.

**27. Амортизація це:**

- а) поступове зниження вартості основних засобів унаслідок їх зносу;

б) поступове перенесення вартості зносу основних засобів на витрати виробництва;

в) поступове перенесення вартості основних засобів на собівартість виготовленої продукції з метою відшкодування їх зносу;

г) пропорційне перенесення вартості основних засобів на собівартість виготовленої продукції.

### **28.Заробітна плата - це:**

а) винагорода в матеріальній формі, яке згідно з трудовим договором власник або уповноважений ним орган виплачує працівникові за виконану ним роботу;

б) винагорода в грошовій формі, яку згідно з трудовим договором власник або уповноважений ним орган виплачує працівникові за виконану ним роботу;

в) винагорода в матеріально-речовій формі, яке згідно з трудовим договором власник або уповноважений ним орган виплачує працівникові за виконану ним роботу;

г) немає відповіді.

### **29.Яке джерело коштів доцільно використовувати для відкриття свого першого бізнесу?**

а) Власні кошти.

б) Кредити банків.

в) Залучення приватного інвестора.

г) Всі відповіді є вірними.

### **30.Якого правила слід дотримуватися, коли збираєтесь звернутися до кредиту?**

а) Кредит слід брати лише у банку, в якому відкрито поточний рахунок.

б) Прибуток бізнесу має бути більшим за суму платежів по кредиту.

в) Кредит має бути лише у національній валюті.

г) Всі відповіді є вірними.

### **31.У чому полягає зміст відстрочки платежу?**

а) З постачальником укладається договір, що кошти будуть сплачені через певний строк після отримання товару.

б) Спочатку сплачують кошти, потім постачальник відправляє товар.

в) Кошти за товар перераховують не через свій банк, а використовують банк посередника.

г) Розрахунок готівкою спрощує процедуру оплати.

### **32.У чому вигода використання орендованого майна?**

а) Таке майно не обкладається податком.

- б) Збільшується термін служби ресурсів.
- в) Зменшується сума стартового капіталу.
- г) Всі відповіді є вірними.

**33. У чому полягає зміст фінансування бізнесу через краудфандинг?**

- а) Інформація про проект розміщується на спеціальній платформі, де сторонні особи здійснюють свої внески.
- б) Фінансування проекту здійснюється за рахунок коштів державного бюджету.
- в) Підприємець створює інтернет-магазин. Виручка від продажу частини товарів направляється на благодійність.
- г) Всі відповіді є вірними.

**34. Чому недоцільно пропонувати свій товар/послугу всім людям?**

- а) Певний товар/послуга не може бути потрібен абсолютно всім людям.
- б) Не у всіх людей є необхідна сума грошей для придбання цього товару/послуги.
- в) Виробник не має можливості виробити таку кількість товару.
- г) Всі відповіді є вірними.

**35. Цільова аудиторія – це ...**

- а) Всі покупці товару.
- б) Всі групи покупців, які за останні 3 роки купували даний товар.
- в) Група споживачів, яким підприємство рекламує свій товар.
- г) Група споживачів, що мають певні спільні риси, які є основними покупцями даного товару.

**36. До переліку характеристик цільової аудиторії належить ...**

- а) Вік.
- б) Рівень доходу.
- в) Мрії.
- г) Всі відповіді є вірними.

**37. Правильне розуміння цільової аудиторії надає можливість ...**

- а) Сформулювати пропозицію товару, який буде користуватись попитом у потенційного клієнта.
- б) Визначити потреби, проблеми і цінності клієнта;
- в) Обрати найбільш ефективні канали просування.
- г) Всі відповіді є вірними.

**38. Унікальна торгова пропозиція – це ...**

- а) Пропозиція клієнтам унікального товару, якого ще не було на ринку.
- б) Особлива пропозиція з вигідними акційними цінами продажу для крупного замовника.
- в) Пропозиція товару за демпінговими цінами, яка змусить конкурентів покинути даний ринок.
- г) Повідомлення для потенційних клієнтів про унікальні вигоди продукту або компанії, які мають цінність для споживача.

**39. Види унікальної торгової пропозиції.**

- а) Справжня та хибна.
- б) Нова та стара.
- в) Креативна та стандартна.
- г) Однокомпонентна та комбінована.

**40. Унікальна торгова пропозиція має бути ...**

- а) Унікальною, відрізнятись від інших пропозицій на ринку.
- б) Містити конкретну, зрозумілу вигоду для клієнта.
- в) Такою, що переконує і запам'ятовується.
- г) Всі відповіді є вірними.

**41. В яких бізнесах недоречно створювати унікальну торгову пропозицію?**

- а) Креативні індустрії.
- б) Таких немає.
- в) Туристичні послуги.
- г) Товари для пенсіонерів.

**42. Ризик підприємництва – це ...**

- а) Прийняття Верховною Радою закону, що вводить обмеження для даного виду діяльності.
- б) Імовірність настання несприятливої для підприємництва ситуації.
- в) Вихід на ринок нового потужного конкурента.
- г) Всі відповіді є вірними.

**43. У яких випадках помилки і поразки приносять користь майбутньому?**

- а) Коли їх результати не нанесли великої шкоди.
- б) Коли помилки допустили не ми.
- в) Коли результати їх аналізу враховують у послідуючій роботі.
- г) Всі відповіді є вірними.

**44. Сутність методу зниження очікуваного ризику «Диверсифікація діяльності».**



- а) Виробництво різних видів товару, надання різних послуг.
- б) Виявлення слабких місць конкурентів і використання цього у своїй діяльності.
- в) Розробка системи знижок для оптових покупців.
- г) Запровадження нової прогресивної технології надання послуг.

**45. Сутність методу зниження очікуваного ризику «Створення резервів».**

- а) Створення на підприємстві резервних фондів різних видів ресурсів.
- б) Резервація вигідного місця на площадці виставкового центру для участі в роботі виставки по сфері діяльності, в якій працює підприємство.
- в) Розробка каталогу продукції конкурентів підприємства у своєму регіоні.
- г) Всі відповіді є вірними.

**46. Організація — це група людей, діяльність яких свідомо чи спонтанно координується задля досягнення:**

- а) прибутку;
- б) спільної мети;
- в) конкурентних переваг;
- г) ринкових позицій.

**47. Вкажіть, яку з наведених нижче структур не можна класифікувати як організацію:**

- а) студентська група;
- б) вищий навчальний заклад;
- в) маркетингова компанія;
- г) екологічний рух «Грінпіс».

**48. В організації виділяють такі рівні управління:**

- а) інституційний, управлінський, технічний;
- б) інституційний, середній, технологічний;
- в) організаційний, функціональний, лінійний;
- г) вертикальний і горизонтальний.

**49. Для організацій, що здійснюють посередницьку діяльність, найважливішим ресурсом є:**

- а) технологія;
- б) персонал;
- в) інформація;
- г) все вищеназване.

**50. Система контролю — це:**

- а) сукупність суб'єкта та засобів контролю, що дають можливість виміряти стан об'єкта контролю;
- б) комплекс елементів та відносин, що забезпечують здійснене контролювання як функції менеджменту;
- в) сукупність контролюючих дій, що дають змогу своєчасно розробляти коригуючі заходи при виявленні відхилень від бажаного стану організації;
- г) усі відповіді правильні.

**51. Функції планування, організування, контролювання, мотивування, становлять менеджменту:**

- а) філософію;
- б) проблеми;
- в) процес;
- г) дилеми;

**52. До загальних функцій управління організацією належать:**

- а) прогнозування, планування, організування, мотивування, координування, контролювання;
- б) планування, організування, спеціалізація, мотивування, контролювання;
- в) маркетинг, планування, організування, мотивування, контролювання;
- г) все вищеназване.

**53. Проектування і внесення змін усередині організації; прийняття рішень, пов'язаних із розподілом ресурсів; участь у переговорах для захисту інтересів організації — це, за класифікацією Мінцберга:**

- а) міжособистісні ролі;
- б) завершальні ролі;
- в) інформаційні ролі;
- г) все вищеназване.

**54. Управлінський персонал поділяють на керівників, спеціалістів, службовців (технічних виконавців):**

- а) залежно від функціональної ролі в процесі управління;
- б) залежно від посади, яку вони займають;
- в) залежно від особистої ролі в управлінні підприємством;
- г) все вищеназване.

**55. Діють на основі єдиновладдя, відповідають за стан і розвиток організації чи її підрозділів менеджери:**

- а) лінійні;
- б) функціональні;
- в) операційні;
- г) фінансові.

**56. До лінійних менеджерів не належать:**

- а) директор підприємства;
- б) начальник цеху штампування;
- в) начальник відділу реклами;
- г) начальник складальної дільниці.

**57. До технологічних навичок та знань менеджерів у сфері управління фінансами та бухгалтерського обліку не відносять:**

- а) знання кредитно-банківського і фінансового механізмів ринкової економіки;
- б) знання податкової системи, страхування, основи самофінансування;
- в) розподіл прибутку, розрахунки з постачальниками і покупцями, фінансовими органами, організація власних оборотних коштів;
- г) оцінка придатності застосовуваної технології виготовляти продукцію необхідної якості.

**58. На початку формування менеджменту як науки було створено 5 наукових шкіл. Вкажіть, якої з перелічених нижче не існувало:**

- а) школа наукового управління;
- б) школа людських стосунків;
- в) поведінкова школа;
- г) систематична школа.

**59. Системний підхід до управління ґрунтується на уявленні про організацію як:**

- а) закриту систему, зорієнтовану на довготривале існування завдяки бездоганній роботі кожного з її елементів;
- б) відкриту систему, що є сукупністю взаємопов'язаних елементів, зорієнтованих на досягнення цілей в умовах мінливого зовнішнього середовища;
- в) шукає нові можливості у бізнесі, але не бажає ризикувати власним капіталом;
- г) надає перевагу децентралізації в управлінні, не використовує неформальні зв'язки.

**60. Створення наукового фундаменту, що замінює собою старі, традиційні методи виконання роботи на ретельне наукове дослідження кожного її елемента — це одне з основних положень школи:**

- а) науки управління;
- б) адміністративної;
- в) наукового управління;
- г) поведінкової.

**61. Нова управлінська парадигма, що виникла як поєднання ситуаційного і системного підходів до управління, передбачає:**

- а) поліцентризм в управлінні;
- б) ставку на самореалізацію людей;
- в) визначення організації як соціотехнічної системи, що націлена на пристосування до зовнішнього середовища;
- г) правильно все вищезазначене.

**62. Школа управління, що прагне використовувати у науці управління методи й інструментарій точних наук, — це:**

- а) адміністративна школа;
- б) школа кількісного підходу до управління;
- в) раціоналістична школа;
- г) школа наукового управління.

**63. Визначте, які поняття із нижченаведених не відповідають визначенню організації як системи:**

- а) синергізм;
- б) симбіоз;
- в) взаємозв'язок між окремими елементами, кожен з яких виконує певну функцію;
- г) гомеостатичність.

**64. Різниця між формальними і неформальними організаціями полягає в тому, що:**

- а) формальні виникають внаслідок реалізації певних проектів, а неформальні — внаслідок соціальної взаємодії;
- б) перші створені особами, які, взаємодіючи між собою, впливають одна на одну, а в других взаємодія відбувається без взаємного впливу;
- в) в основі формування формальних груп — вторинні потреби людини;
- г) неформальні організації виникають тільки всередині формальної організації.

**65. Підхід до науки управління з точки зору кількісних методів виник:**

- а) в 50-ті роки ХХ століття;
- б) в 20-ті роки ХХ століття;
- в) у 70-ті роки ХХ століття;
- г) у 80-ті роки ХХ століття.

**66. Управлінські задачі вирішувала за допомогою економіко-математичних методів і моделей:**

- а) школа наукового управління;
- б) адміністративна школа управління;
- в) школа науки управління;
- г) школа системного управління; г) школа емпіричного управління.

**67. Працівник отримує розпорядження і звітує тільки перед одним безпосереднім керівником — це принцип:**

- а) єдиновладдя;
- б) єдності дій;
- в) підпорядкованості інтересів;
- г) скалярного ланцюга.

**68. Природний порядок в організації, що має керуючий центр — це принцип:**

- а) справедливості;
- б) централізації;
- в) підпорядкованості інтересів;
- г) корпоративного духу.

**69. Встановлених правил слід дотримуватися на всіх рівнях скалярного ланцюга — це принцип:**

- а) підпорядкованості інтересів;
- б) скалярного ланцюга;
- в) справедливості;
- г) централізації.

**70. Способи впливу на окремих працівників та виробничі колективи в цілому, необхідні для досягнення цілей підприємства, — це:**

- а) методи управління;
- б) принципи управління;
- в) функції управління;
- г) стилі управління.

**71. До економічних методів управління не належить:**

- а) преміювання;
- б) система податків;
- в) форми і системи оплати праці;
- г) підвищення по службі.

**72. До соціально-психологічних методів управління помилково віднесено:**

- а) усні розпорядження;
- б) нагородження похвальною грамотою;
- в) почин і новаторство;
- г) обмін досвідом.

**73. Нормування витрат часу, виробітку, чисельності робітників тощо — це:**

- а) організаційні методи управління;
- б) оперативно-розпорядчі методи управління;
- в) економічні методи управління;
- г) технічні методи управління.

**74. До внутрішнього середовища підприємства не належать:**

- а) мета діяльності;
- б) організаційна структура;
- в) технологія виготовлення продукції;
- г) економічні закони, що регламентують діяльність підприємства.

**75. Поділ цілей на економічні, організаційні, технічні, соціальні, наукові, політичні — це їх класифікація за ознакою:**

- а) ієрархічності;
- б) змісту;
- в) функціональною;
- г) належності до фаз життєвого циклу організації.

**76. «Дерево цілей» — це ієрархія цілей, де кожна нижча ціль є:**

- а) засобом реалізації найближчої вище розташованої цілі;
- б) способом відображення послідовності дій, які треба здійснити для досягнення головної мети;
- в) графічним зображенням функцій, що виконуються різними структурними підрозділами організації;
- г) правильні відповіді а), б) і в).

**77. Сукупність елементів і логічних взаємозв'язків між ними, яка сприяє найефективнішому перетворенню вхідних ресурсів у кінцевий продукт і досягненню цілей організації, — це:**

- а) структура організації;
- б) організаційна культура;
- в) технологія управління;
- г) правильно все назване вище.

**78. Поділ технологій на багатоланкові, посередницькі та інтенсивні здійснено:**

- а) Дж. Вудворд;
- б) Дж. Томпсоном;
- в) Г. Емерсоном;
- г) Ч. Аркрайтом.

**79. До складових організаційного оточення, що впливають на поведінку працівника, не належать:**

- а) традиції;
- б) звичаї;
- в) стиль керівництва;
- г) розумові та фізичні здібності працівника.

**80. Вкажіть неправильне визначення:**

а) організаційна культура — це складна композиція важливих припущень, які часто не підлягають формулюванню, бездоказово приймаються і поділяються всіма членами колективу;

б) організаційна культура — це інструмент, що дає змогу орієнтувати всі підрозділи організації і окремих осіб на спільні цілі; мобілізувати ініціативу співробітників, виховувати відданість організації, поліпшувати процес комунікації, поведінку;

в) організаційна культура — це сукупність елементів внутрішнього середовища, що регламентує управлінську діяльність та ідентифікує членів організації;

г) організаційна культура — це сукупність норм, правил і традицій, що регулюють взаємовідносини членів організації і є відображенням їх колективних знань і досвіду.

**81. Матеріальним втіленням організаційної культури не є:**

- а) символи;
- б) девізи;
- в) форма одягу співробітників;
- г) корпоративні цінності.

**82. Тип організаційної культури, налаштований на постійний пошук привабливих ніш на ринку, а отже, спрямований на заохочення самостійності та ініціативи, — це тип:**

- а) «фортеці»;
- б) «академії»;
- в) «ліани»;
- г) «косяка риби».

**83. Вкажіть, які з нищеназваних факторів зовнішнього середовища не відносять до факторів непрямої дії:**

- а) політичні;
- б) науково-технологічні;
- в) демографічні;
- г) преференції споживачів.

**84. До факторів мікросередовища хлібокомбінату не відносять:**

- а) населення міста;
- б) мукомельний завод;
- в) посушливе літо;
- г) фірму «Дока піцца».

**85. До факторів зовнішнього середовища, що прямо впливають на діяльність меблевої фабрики, не належать:**

- а) деревообробний комбінат;
- б) мережа меблевих салонів;
- в) Центр офісного дизайну;
- г) Міжнародна виставка-ярмарок «Сучасні деревообробні технології».

**86. До факторів зовнішнього середовища, що опосередковано впливають на діяльність кондитерської фабрики, належать:**

- а) дитячі садочки;
- б) демографічна ситуація в країні;
- в) ціни на какао-боби на світовому ринку;
- г) зміна митних тарифів на імпоротно-експортні операції.

**87. Найскладнішим є зовнішнє середовище для такої організації:**

- а) школа;
- б) взуттєва фабрика;
- в) хлібокомбінат;
- г) поліклініка.

**88. До економічних факторів зовнішнього середовища, що опосередковано впливають на діяльність підприємств, не належать:**

- а) рівень та темпи інфляції;
- б) зростання та спад виробництва;
- в) коливання курсу національної валюти відносно валют інших країн;
- г) форми мотивації праці.



**89. До причин, що спонукують підприємства виходити на зовнішні ринки, не відносять:**

- а) митні тарифи та збори;
- б) нижчу вартість виробничих ресурсів;
- в) систему судочинства;
- г) бажання уникнути дії Антимонопольного закону.

**90. До факторів зовнішнього середовища, що безпосередньо впливають на діяльність плодоконсервного комбінату, не належать:**

- а) вступ України до СОТ;
- б) підвищення рівня життя населення;
- в) поява на ринку технологій принципово нового безвідходного способу переробки кісточкових плодів;
- г) чинний Податковий кодекс.

**91. Визначте, які з нижченазваних факторів зовнішнього середовища істотно не впливають на діяльність туристичної фірми:**

- а) політичні;
- б) науково-технологічні;
- в) екологічні;
- г) природні.

**92. Рівень та темпи інфляції, курс національної валюти щодо вільно конвертованої, ставка проценту за банківський кредит, рівень доходів населення, темпи економічного зростання — це:**

- а) чинники прямої дії;
- б) чинники опосередкованої дії;
- в) серед них є і чинники прямої, і чинники непрямой дії;
- г) все вищеназване.

**93. Вкажіть, яке із зазначених нижче підприємств зазнає найменшого негативного впливу в разі підвищення вартості електроенергії:**

- а) машинобудівний завод;
- б) лікарня;
- в) деревообробний комбінат;
- г) автопарк.

**94. Із наведених нижче факторів виключіть ті, якими можна знехтувати при аналізі зовнішнього середовища місцевого молокозаводу, що спеціалізується на виготовленні традиційних молокопродуктів нетривалого зберігання (молоко, кефір, ряжанка, сметана, масло, сир):**

- а) внесення поправок у чинне законодавство щодо зміни ставок акцизів та митних тарифів;
- б) звіт екологічної служби області;
- в) зниження рівня доходів населення на 12%;
- г) поява конкурентів, що продають молокопродукцію тривалого зберігання.

**95. Інформація — це:**

- а) повідомлення, яке дає можливість усунути невизначеність знань користувача про стан об'єкта та розвиток подій;
- б) звітні дані, які надходять з нижчих рівнів управління вищим;
- в) неопрацьовані цифри і факти, що відображають окремі аспекти стану керованої та керуючої систем і зовнішнього середовища;
- г) вірні відповіді а) та в).

**96. Маркетинг треба розглядати як:**

- а) інструмент підвищення ефективності системи будь-якої сфери;
- б) засіб забезпечення ефективності виробничої діяльності;
- в) процес вивчення, формування і задоволення потреб споживачів з метою одержання прибутку;
- г) знаряддя забезпечення ефективності сфери обміну.

**97. До завдань, що вирішуються за допомогою маркетингу, належать:**

- а) аналіз, оцінка та прогнозування стану і розвитку ринків, на яких фірма реалізує або планує реалізовувати свої товари та послуги;
- б) аналіз витрат підприємства;
- в) боротьба з конкурентами;
- г) аналіз прибутків підприємства.

**98. Передумовами виникнення маркетингу є:**

- а) розширення товарного асортименту;
- б) розширення активів і пасивів підприємства;
- в) наявність конкурентного середовища щодо виробників та споживачів продукції;
- г) здійснення цінової політики.

**99. Головною метою маркетингу є:**

- а) функціонування системи методів та інструментів щодо забезпечення ефективної виробничої політики підприємства;
- б) підприємницька діяльність, що пов'язана з направленням потоку товарів та послуг від виробника до покупця чи споживача;
- в) забезпечення множини необхідних та випадкових дій для співвідношення обміну в наявній економічній системі;

г) забезпечення рентабельності операцій, отримання високих комерційних результатів, запланованого прибутку у визначений проміжок часу в межах наявних засобів та виробничих можливостей, яке базується на вивченні та задоволенні потреб споживачів.

**100. До рис сучасного маркетингу належать:**

- а) неефективність;
- б) інноваційність;
- в) збитковість;
- г) масовість.

**101. Концепція маркетингу стверджує, що для досягнення цілей фірми необхідно щоб:**

- а) витрати на виробництво товару були мінімальні, а ціни – доступні якнайбільшій кількості покупців;
- б) товари мали найвищу якість та експлуатаційні характеристики;
- в) зусилля у сфері збуту та стимулювання покупців були максимальні;
- г) виявлялися та задовольнялися потреби споживачів краще, ніж це роблять конкуренти.

**102. Виробнича концепція стверджує, що для досягнення цілей фірми необхідно щоб:**

- а) витрати на виробництво товару були мінімальні, а ціни – доступні якнайбільшій кількості покупців;
- б) товари мали найвищу якість та експлуатаційні характеристики;
- в) зусилля у сфері збуту та стимулювання покупців були максимальні;
- г) виявлялися та задовольнялися потреби споживачів краще, ніж це роблять конкуренти.

**103. Товарна концепція стверджує, що для досягнення цілей фірми необхідно, щоб:**

- а) витрати на виробництво товару були мінімальні, а ціни – доступні якнайбільшій кількості покупців;
- б) товари мали найвищу якість та експлуатаційні характеристики;
- в) зусилля у сфері збуту та стимулювання покупців були максимальні;
- г) виявлялися та задовольнялися потреби споживачів краще, ніж це роблять конкуренти.

**104. Концепція інтенсифікації комерційних зусиль стверджує, що для досягнення цілей фірми необхідно, щоб:**

- а) витрати на виробництво товару були мінімальні, а ціни – доступні якнайбільшій більшій кількості покупців;

б) товари мали найвищу якість та експлуатаційні характеристики;  
в) зусилля у сфері збуту та стимулювання покупців були максимальні;  
г) виявлялися та задовольнялися потреби споживачів краще, ніж це роблять конкуренти.

**105. Концепція соціально-етичного маркетингу вимагає від суб'єктів ринку:**

а) прагнення держави, товаровиробників і споживачів до збільшення своїх доходів;  
б) прагнення товаровиробників щодо збільшення своїх доходів за рахунок створення дефіциту пропозиції товару;  
в) прагнення держави контролювати виробництво товарів;  
г) задоволення потреб споживачів, одержання товаровиробником прибутку та виконання вимог суспільства щодо збереження довкілля.

**106. Концепцію удосконалення виробництва використовують:**

а) коли попит на товар перевищує пропозицію;  
б) коли пропозиція на товар перевищує попит;  
в) коли попит і пропозиція на товар врівноважені;  
г) коли попит на товар відсутній.

**107. Потреба – це:**

а) потреба, яка підкріплена спроможністю, тобто забезпечена грошима;  
б) відчуття людиною нестачі чого-небудь;  
в) нужда, яка набула специфічної форми відповідно до культурного рівня та особи індивіда;  
г) засіб підвищення ефективності маркетингової діяльності.

**108. Складові маркетингового середовища фірми – це:**

а) макросередовище в його різноваріантних виявах;  
б) мікросередовище і засоби нейтралізації його негативного впливу;  
в) макро- і мікросередовище;  
г) різноманітні інструменти впливу на це середовище.

**109. Позиціювання товару на ринку – це:**

а) поділ споживачів на групи за умов розбіжностей у потребах, характеристиках та поведінці;  
б) виявлення усіх товарів на ринку, які реалізуються та оцінка обсягів продажу кожного з них;  
в) прогноз відносно перспектив ринку;  
г) забезпечення товару фірми бажаного місця на ринку і в уявленні споживачів.

**110. Конверсійний маркетинг пов'язаний із попитом:**

- а) ірраціональним;
- б) надмірним;
- в) негативним;
- г) відсутнім.

**111. Стимулюючий маркетинг пов'язаний із попитом:**

- а) ірраціональним;
- б) негативним;
- в) відсутнім;
- г) нерегулярним.

**112. Розвиваючий маркетинг пов'язаний із попитом:**

- а) ірраціональним;
- б) надмірним;
- в) негативним;
- г) потенційним.

**113. Ремаркетинг пов'язаний із попитом:**

- а) ірраціональним;
- б) що знижується;
- в) негативним;
- г) відсутнім.

**114. Синхромаркетинг пов'язаний із попитом:**

- а) нерегулярним;
- б) надмірним;
- в) негативним;
- г) відсутнім.

**115. Підтримуючий маркетинг пов'язаний із попитом:**

- а) ірраціональним;
- б) надмірним;
- в) повноцінним;
- г) відсутнім.

**116. Демаркетинг пов'язаний із попитом:**

- а) ірраціональним;
- б) надмірним;
- в) негативним;
- г) відсутнім.

**117. Протидіючий маркетинг пов'язаний із попитом:**

- а) нераціональним;
- б) надмірним;
- в) негативним;
- г) відсутнім.

**118. Маркетингове дослідження – це:**

- а) вивчення теорії маркетингу;
- б) дослідна діяльність, спрямована на задоволення інформаційно-аналітичних потреб маркетингу;
- в) розробка маркетингових планів і стратегій щодо управління різноманітними ринковими явищами і процесами;
- г) вивчення практики маркетингу.

**119. Переваги первинної інформації – це:**

- а) цілеспрямованість, конкретність;
- б) низька вартість, швидкість отримання;
- в) достатня кількість;
- г) висока вартість.

**120. Анкетування – це:**

- а) опитування у формі письмових відповідей, які дають самі респонденти;
- б) вивчення біографічних даних респондентів;
- в) розробка переліку питань для опитувального листа;
- г) спостереження за поведінкою споживачів.

**121. Експеримент як метод збору інформації – це:**

- а) вивчення і фіксування поведінки суб'єктів;
- б) відтворення дії маркетингових чинників за допомогою математичних моделей;
- в) одержання інформації стосовно взаємозв'язків між залежними і незалежними змінними;
- г) спостереження за технологічним процесом.

**122. Стадія життєвого циклу товару, на якій у рекламному зверненні робиться акцент на якості, престижності товару, – це стадія:**

- а) зрілості;
- б) зростання збуту;
- в) виведення товару на ринок;
- г) спаду.

**123. Впровадження нових послуг на ринок необхідно здійснювати:**

- а) як тільки намітився спад обсягу продажів найбільш ходових послуг;

- б) на основі дослідження ринку;
- в) на основі інтуїції;
- г) на основі діяльності конкурентів.

**124. Життєвий цикл товару – це крива динаміки товару, представлена в координатах:**

- а) тип клієнта – збут;
- б) час – прибуток, збут;
- в) час – кількість конкурентів;
- г) час – збиток.

**125. Фактори конкурентоспроможності товару, які перебувають за межами впливу фірми – це:**

- а) ціна товару;
- б) політика митного регулювання;
- в) рівень технічної складності товару;
- г) рівень енергоспоживання.

**126. Товарний асортимент характеризують за допомогою ознак:**

- а) ширини, глибини, насиченості, гармонійності;
- б) глибини, ширини, стабільності, насиченості, безпеки;
- в) ширини, насиченості, безпеки, нешкідливості;
- г) глибини, ширини, стабільності, насиченості.

**127. Ціна лідера – це:**

- а) висока ціна на продукти і послуги особливої якості;
- б) ціна, яка встановлюється відповідно до ціни головного конкурента;
- в) переважно висока ціна під час просунення нового продукту, пов'язана з розрахунком на відповідне коло споживачів;
- г) ціна конкурента.

**128. Найнижча ціна товару фірми залежить від:**

- а) собівартості виробу, складовою якої є виробничі витрати;
- б) частки, яку займає фірма на ринку;
- в) мети фірми на ринку;
- г) рівня конкуренції на регіональному ринку.

**129. Сутність методу ціноутворення «розрахунок на основі аналізу беззбитковості й забезпечення цільового прибутку» – це:**

- а) основним чинником ціноутворення вважають не витрати продавця, а купівельне сприймання товару;
- б) еластичність попиту не піддається заміру і уособлює собою колективну мудрість всієї галузі;

в) спрощує систему ціноутворення, не потрібно часто коригувати ціни залежно від коливань попиту;

г) розгляд фірмою різних варіантів цін, їх впливу на обсяг збуту для подолання рівня беззбитковості.

**130. Переваги стратегії цінового прориву – це:**

а) легко помилитися;

б) імідж низькоякісних товарів;

в) можливість охоплення великої частини ринку, великих обсягів продажу;

г) небезпека недоотримання прибутку.

**131. Якщо у підприємства добре фінансове становище та високий імідж, то в боротьбі з конкурентами використовують:**

а) цінову конкуренцію;

б) нецінову конкуренцію;

в) нечесну конкуренцію;

г) комерційну конкуренцію.

**132. Кодування в маркетингових комунікаціях – це:**

а) процес, у ході якого одержувач надає значення символам, які передав відправник;

б) процес представлення думки у символічній формі;

в) набір символів, які передає відправник;

г) немає правильної відповіді.

**133. Найменше охоплення нецільової аудиторії відбувається під час:**

а) реклами по телебаченню;

б) прямої поштової реклами;

в) реклами в метрополітені;

г) радіореклами.

**134. Пропаганда – це:**

а) короткочасні спонукальні заходи заохочення купівлі (продажу) товару (послуги);

б) не особисте й неоплачуване спонсором стимулювання попиту на товар, послуги шляхом поширення відомостей у друкованих засобах інформації, по радіо, телебаченню чи зі сцени;

в) усна рекомендація товару в ході бесіди з одним чи кількома потенційними покупцями;

г) мистецтво розташування товарів на полицях супермаркетів.

**135. Пряма реклама – це:**



- а) вручення рекламних матеріалів;
- б) рухомий рядок на панно;
- в) реклама, розміщена на транспортних засобах;
- г) вітрина в магазині.

**136. «Паблік-релейшнз» у рамках маркетингової стратегії просування промислових товарів – це:**

- а) форма пропагування товарів підприємства за певну плату;
- б) зв'язок підприємства із широким колом комівояжерів, дилерів, дистриб'юторів, брокерів;
- в) певна методика збільшення доходів та прибутку за рахунок залучення нової клієнтури;
- г) популяризація підприємства, його товарів через установлення зв'язків із громадськими організаціями та особами.

**137. Елемент маркетингової стратегії просування, який дає змогу охопити за короткий час найбільшу аудиторію – це:**

- а) реклама;
- б) пропаганда;
- в) персональний продаж;
- г) стимулювання продажу.

**138. Для щойно створеного підприємства метою реклами є:**

- а) переконати потенційних покупців у перевагах продукту;
- б) переконати купити цей продукт;
- в) спонукати до придбання продукту;
- г) інформувати про підприємство і його продукт.

**139. Короткостроковими заходами, що не розв'язують проблему кардинально, є:**

- а) рекламування;
- б) стимулювання продажів;
- в) персональні продажі;
- г) зв'язки з громадськістю.

**140. Неконтрольованість і неможливість повторення рекламних текстів є характерними рисами:**

- а) персональних продажів;
- б) стимулювання продажів;
- в) зв'язків із громадськістю;
- г) реклами.

**Правильні відповіді на тестові завдання:**

1.б	11.а	21.б	31.а	41.б	51.в	61.г	71.г	81.г	91.б	101.г	111.в	121.в	131.б
2.г	12.б	22.б	32.в	42.б	52.а	62.б	72.а	82.г	92.б	102.а	112.г	122.б	132.б
3.б	13.в	23.г	33.а	43.в	53.б	63.б	73.а	83.г	93.г	103.б	113.б	123.б	133.б
4.г	14.а	24.г	34.а	44.а	54.а	64.а	74.г	84.в	94.а	104.в	114.а	124.б	134.б
5.а	15.а	25.г	35.г	45.а	55.а	65.а	75.б	85.г	95.а	105.г	115.в	125.б	135.а
6.а	16.г	26.в	36.г	46.б	56.в	66.в	76.г	86.б	96.в	106.а	116.б	126.а	136.г
7.в	17.б	27.в	37.г	47.а	57.г	67.а	77.а	87.б	97.а	107.в	117.а	127.б	137.а
8.а	18.г	28.б	38.г	48.а	58.г	68.б	78.б	88.г	98.в	108.в	118.б	128.а	138.г
9.в	19.г	29.а	39.а	49.в	59.б	69.в	79.г	89.в	99.г	109.г	119.а	129.г	139.б
10.б	20.а	30.б	40.г	50.б	60.в	70.а	80.в	90.в	100.б	110.в	120.а	130.в	140.в