

ТЕСТИ З ДИСЦИПЛІНИ «БІЗНЕС-ПЛАНУВАННЯ»

1. У бізнес-плані викладається:

- а) стан країни в цілому;
- б) обраний вид діяльності;
- в) стан охорони праці на підприємстві.

2. Зовнішньою функцією бізнес-плану є:

- а) опрацювання механізму самореалізації, тобто цілісної, комплексної системи управління реалізацією підприємницького проекту;
- б) ознайомлення різних суб'єктів ділового світу із сутністю та основними аспектами реалізації конкретної підприємницької ідеї;
- в) залучення позичкового капіталу для розвитку підприємства;
- г) відображення стратегії підприємства.

3. Бізнес-план складають у випадку:

- а) створення підприємства;
- б) ліквідації підприємства;
- в) створенні нового виробництва;
- г) усі відповіді правильні.

4. До джерел внутрішньої інформації даних належать:

- а) дані бухгалтерського обліку та звітності;
- б) дані оперативного обліку та звітності;
- в) дані статистичного обліку та звітності;
- г) дані податкового обліку і звітності.

5. Виробнича інформація необхідна для:

- а) визначення потреби у фінансових ресурсах;
- б) вивчення технології виробництва даної продукції;
- в) визначення виробничої потужності підприємства на конкретну дату.

6. Робота над бізнес-планом проходить у три стадії:

- а) зародження, розквіт, занепад;
- б) початкова, підготовча, основна;
- в) підйом, розвиток, спад.

7. Предмет бізнесу необхідно розглядати з точки зору:

- а) виробника;
- б) споживача;
- в) держави;
- г) конкурентів.

8. Стратегія - це:

- а) план управління підприємством, спрямований на закріплення його позицій, задоволення потреб та досягнення визначених цілей;
- б) дії та підходи управлінського персоналу щодо досягнення встановлених показників діяльності;
- в) комплексний план, сформований для здійснення місії організації та досягнення її цілей;
- г) всі відповіді правильні;

д) правильної відповіді немає.

9. Систематизоване визначення взаємоузгоджених довгострокових цілей та напрямків діяльності підприємства - це:

- а) поточне планування;
- б) стратегічне планування;
- в) вірної відповіді немає.

10. Мета існування підприємства, яка має бути досягнута у плановому періоді, називається:

- а) місією підприємства;
- б) ціллю діяльності підприємства;
- в) свій варіант.

11. Місія підприємства - це:

а) кінцевий стан, якого підприємство сподівається досягти у певний момент у майбутньому;

б) мета існування підприємства, яка має бути досягнута у плановому періоді.

12. Основною метою стратегічного планування є:

а) швидка і адекватна реакція підприємства на зміну умов ринку, поведінку

конкурентів, розвиток науково-технічного прогресу;

б) визначення сприятливих можливостей і небезпеки для підприємства, а також ідентифікування ключових факторів успіху в даній сфері бізнесу;

в) виявлення сильних і слабких сторін підприємства.

13. Визначення сприятливих можливостей і небезпеки, які загрожують фірмі, а також ідентифікування ключових факторів успіху в даній сфері бізнесу є метою:

- а) стратегічного планування;
- б) аналізу зовнішнього середовища;
- в) аналізу внутрішнього середовища;

14. Виявлення сильних і слабких сторін підприємства є метою:

- а) аналізу зовнішнього середовища;
- б) стратегічного планування;
- в) аналізу внутрішнього середовища.

15. Внутрішнє середовище підприємства — це:

а) сукупність внутрішніх факторів підприємства, що визначають процеси його діяльності;

б) сукупність факторів, які підприємець не може змінити, які об'єктивно складаються в середовищі функціонування підприємства.

16. До сильних сторін діяльності підприємства не належить:

- а) видатна компетентність;
- б) адекватні фінансові ресурси;
- в) застаріле обладнання;
- г) висока кваліфікація;

17. Слабкі сторони включають:

- а) конкурентну позицію, що погіршується;

- б) переваги в сфері витрат;
- в) переваги в сфері конкуренції

18. Які розділи не відносяться до розділів бізнес-плану?

- а) вступ;
- б) резюме;
- в) висновки;
- г) додатки.

19. Зміст і структура бізнес-плану залежить?

- а) від майбутніх інвесторів і кредиторів;
- б) від розмірів бізнесу і фінансових ресурсів;
- в) від специфіки сфери майбутнього бізнесу;
- г) всі відповіді правильні;
- д) правильні відповіді а) та б);
- е) правильні відповіді б) та в);
- є) правильних відповідей немає.

20. Що є стислою версією бізнес-плану?

- а) резюме;
- б) зміст;
- в) вступ;
- г) початковий розділ.

21. На якій стадії розроблення бізнес-плану складається резюме?

- а) на початку;
- б) в середині;
- в) в кінці;
- г) після підписання угоди з інвесторами;
- д) можна взагалі не складати.

22. В якому розділі бізнес-плану необхідно детально описати підприємство, щоб переконати інвестора в тому, що воно має налагоджене виробництво і можливості працювати прибутково?

- а) виробничий план;
- б) маркетинг-план;
- в) галузь, фірма та її продукція;
- г) організаційний план.

23. В якому розділі бізнес-плану розкриваються питання організації раціональної системи управління кадрами, оцінюється кадровий потенціал і формуються заходи щодо його підсилення?

- а) маркетинг-план;
- б) організаційний план;
- в) план по кадрах;
- г) виробничий план.

24. Загальний обсяг бізнес-плану може бути прийнятним, якщо він:

- а) не перевищує 10 сторінок;
- б) не перевищує 100 сторінок.

25. Якими принципами слід керуватися при розробці бізнес-плану?

- а) неперервності;

- б) багатоваріантності;
- в) науковості;
- г) оптимальності;
- д) ритмічності;
- е) концентрації;
- є) збалансованості;
- ж) всі варіанти правильні;
- з) правильні відповіді а, б, в, г;
- і) правильні відповіді в, г, д, е;
- ї) правильні відповіді а, б, в, г, є.

26. Що відносять до правил технічного оформлення бізнес-плану?

- а) наявність титульного аркуша;
- б) наявність змісту;
- в) наявність вступу;
- г) наявність рецензії;
- д) наявність висновків;
- е) всі варіанти правильні.

27. Що може бути включено в додатки бізнес-плану?

- а) певні висновки за розділами;
- б) специфікації продукції;
- в) рекламні матеріали;
- г) аналіз таблиць;
- д) всі варіанти правильні;
- е) правильні відповіді а) та б);
- є) правильні відповіді б) та г).

28. При спаді виробництва потрібно:

- а) вибрати ті товари, виробництво яких вимагає мінімальної кооперації й поставок зі сторони;
- б) вибрати ті товари, виробництво яких вимагає максимальної кооперації й поставок зі сторони;
- в) вибрати ті товари, де немає взаємозамінності вихідної сировини й матеріалу;
- г) вибрати ті товари, де досяжна широка взаємозамінність вихідної сировини й матеріалу;
- е) відповіді а) і в) правильні;
- є) відповіді а) і г) правильні.

29. Пророблений варіант ідеї, виражений значимими для споживача поняттями це:

- а) товар у реальному виконанні;
- б) задум товару;
- в) товар із супроводом.

30. Що розуміють під диференціацією?

- а) під цим розуміють орієнтацію зусиль підприємства на якусь групу споживачів або на обмежену частину асортиментів продукції, або на специфічний географічний ринок;

б) під цим розуміють здатність підприємства розробляти, виробляти й реалізувати товар при менших витратах, ніж конкуренти;

в) під цим розуміють здатність підприємства виділятися серед конкурентів, пропонуючи товар, що помітно відрізняється або високим рівнем якості, або нестандартним набором властивостей, що реально цікавлять покупця.

31. Місткість ринку продавця визначається:

а) сумою товарних ресурсів, що є у розпорядженні підприємств, включаючи залишки товарів і сировини;

б) контингентом споживачів, на яких орієнтується підприємство в своїй діяльності;

в) як сума обсягів попиту населення і підприємств (установ, організації), а також приїжджого населення.

г) відповіді а) і б) правильні;

д) всі відповіді правильні.

32. Що не є етапом дослідження і оцінки факторів конкуренції?

а) виявлення діючих і потенційних конкурентів;

б) аналіз показників діяльності, цілей і стратегій конкурентів;

в) вивчення попиту, що формується, тобто попиту на певні види продукції (послуги), які ще чітко не визначені;

г) виявлення слабких і сильних сторін діяльності конкурентів.

33. Швидкість обертання товарів - це:

а) відношення обсягу реалізації до середньої вартості товарних запасів;

б) відношення прибутку до собівартості продукції;

в) відношення обсягу реалізації до середньорічної вартості основних і обігових коштів.

34. Який з перерахованих нижче показників може використовуватися для оцінки стадії життєвого циклу галузі?

а) прихильність клієнтів до торговельної марки;

б) вертикальна інтеграція;

в) ступінь ринкового ризику;

г) патенти на технології і продукти.

35. Конкурентоспроможність - це:

а) змагання між товаровиробниками за найбільш вигідні сфери вкладення капіталу, ринки збуту, джерела сировини;

б) властивість товару, послуги суб'єкта ринкових відносин виступати на ринку нарівні із наявними там аналогічними товарами, послугами або конкуруючими суб'єктами ринкових відносин;

в) становище на ринку, при якому можливі ускладнення при вступі в нього й виході, обмежений доступ до інформації, обмежене число покупців і продавців.

36. Галузь - це:

а) сукупність підприємств й організацій, для яких характерна спільність продукції, що випускається, технології виробництва, основних фондів і професійних навичок працюючих;

- б) частина цільового ринку з однорідними вимогами споживачів до товару, виробленому постачальниками продукції, або за іншими салаками;
- в) сукупність підприємств й організацій, які розташовані в одному регіоні.

37. Еластичність пропозиції - це:

- а) зв'язок між попитом і пропозицією;
- б) зв'язок між змінами в цінах на товар і обсягах його пропозиції;
- в) процес, що характеризує, на скільки відсотків може змінитися попит на даний товар на ринку при зміні ціни його на один відсоток.

38. Прогнозування обсягів продажу може здійснюватися:

- а) за часом;
- б) за окремими видами продукції (послуг) підприємства;
- в) за певними групами споживачів;
- г) за сегментами ринку;
- д) за видами діяльності;
- е) правильно а, б, в;
- є) правильно в, г.

39. Що розуміють під комунікаційною політикою?

- а) комплекс заходів щодо забезпечення інформованості споживачів та посередників, інших контактних аудиторій про підприємство або його товари з метою просування товарів;
- б) системний процес, який включає в себе оцінку маркетингових можливостей і ресурсів, визначення цілей маркетингу і розробку плану їх реалізації, впровадження і контролю;
- в) письмовий документ, або проект, який описує впровадження і контроль маркетингової діяльності організації, пов'язаної з конкретною маркетинговою стратегією.

40. План збуту – це:

- а) уміння так розподілити і організувати такі ресурси, щоб нав'язати конкурентам час, місце і умови боротьби, які співпадають з власними силами;
- б) письмовий документ, або проект, який описує впровадження і контроль маркетингової діяльності організації, пов'язаної з конкретною маркетинговою стратегією;
- в) обсяг продукції і послуг, який визначається попитом у процесі дослідження ринку й буде реалізований у плановому році.

41. Що не входить до переліку пунктів розділу «План маркетингу»?

- а) ціноутворення;
- б) схема розповсюдження товарів;
- в) методи стимулювання збуту;
- г) організація післяпродажного обслуговування клієнтів;
- д) формування громадської думки про підприємство та його товар;
- е) правильні всі варіанти.

42. До якого пункту плану маркетингу можна віднести дизайнову стратегію?

- а) цінова стратегія;

- б) стимулювання збуту;
- в) післяпродажне обслуговування;
- г) формування громадських думок про фірму та її товар.

6. Встановлюючи ціни на продукцію (роботи, послуги) важливо:

- а) визначити цілі ціноутворення;
- б) оцінити купівельну спроможність споживачів та їхню чутливість до

ціни;

в) визначити рівень попиту та проаналізувати його взаємозв'язок з витратами та прибутком;

- г) вивчити ціни конкурентів;
- д) структурувати і збалансувати маркетинг-мікс.

43. Скільки основних етапів у стратегії маркетингу?

- а) 5;
- б) 4;
- в) 6;
- г) 1.

44. Розроблення політики підтримки продукції підприємства передбачає:

- а) розроблення політики знижок;
- б) вибір способів організації рекламної компанії;
- в) розв'язання проблеми сервісного обслуговування продукції;
- г) всі відповіді правильні.

9. Цінову стратегію проникнення на ринок використовують:

- а) для нового виду продукції;
- б) для вже відомого виду продукції;
- в) для продукції, яка вже є дефіцитною.

45. Альтернативними варіантами стратегії ціноутворення в процесі розроблення бізнес-плану є:

- а) стратегія фокусування;
- б) стратегія диференціації;
- в) стратегія зростання;
- г) стратегія "зняття вершків";
- д) стратегія проникнення на ринок.

46. Виробничий план формується на основі:

- а) маркетингового плану;
- б) фінансового плану;
- в) плану зі збуту;
- г) правильна відповідь не зазначена.

47. У заключній частині виробничого плану розглядають фактори:

- а) інфляція;
- б) поява нових технологій;
- в) страхування підприємства.

48. Аналіз альтернативних місць розміщення бізнесу включає інформацію про:

а) наявність трудових ресурсів, їх характеристику за рівнем кваліфікації і професіями;

- б) соціальне забезпечення;
- в) стан ґрунтів і водоймищ;
- г) демографічний стан.

49. Показник мінімального рентабельного розміру виробництва означає:

- а) такий обсяг виробництва при якому доходи від нього дорівнюють витратам;
- б) максимальний обсяг виробництва при якому доходи від нього більші витрат;
- в) мінімальний обсяг виробництва, при якому досягається окупність витрат.

50. Ціль вибору місця розташування підприємства:

- а) встановити, в якому місці підприємець отримає максимальний прибуток;
- б) встановити, в якому місці підприємець може досягти найвищого соціального ефекту;
- в) встановити, в якому місці підприємець може реалізувати свої прагнення із мінімальними витратами.

51. Вибір оптимального обсягу виробництва здійснюється на основі:

- а) оцінки витрат;
- б) оптимальних витрат ресурсів;
- в) кривої попиту й визначається тим типом ринку, на якому діє фірма.
- г) інших факторів.

52. Потреба в машинах і обладнанні повинна визначатись на основі:

- а) потужності заводу;
- б) визначеної виробничої технології;
- в) попиту і пропозиції;
- г) обсягу виробництва.

53. Після вибору потужності і розроблення виробничої програми визначається потреба в:

- а) людських ресурсах;
- б) матеріальних ресурсах;
- в) технічних ресурсах;
- г) інформаційних ресурсах.

54. Потреба в матеріальних ресурсах визначається методом:

- а) прямих розрахунків;
- б) розрахунків на основі екстраполяції;
- в) розрахунків на основі скоригованої екстраполяції;
- г) поточного планування.

55. Вихідними даними для розрахунку потреби виробництва в матеріальних ресурсах є:

- а) ціна;
- б) попит на відповідні ресурси;
- в) обсяги випуску продукції та послуг;
- г) норми використання матеріальних ресурсів на одиницю продукції.

56. Організаційна структура підприємства відображає:

- а) хто і чим буде займатись;
- б) взаємодію всіх служб;
- в) координацію і контроль діяльності служб підприємства;
- г) правильно все вищесказане.

57. До принципів кадрової політики відносять:

- а) справедливість;
- б) дотримання правил трудового законодавства;
- в) рівність в оплаті праці.

58. До господарських товариств відносять:

- а) приватне підприємство;
- б) сімейне підприємство;
- в) товариство з обмеженою відповідальністю.

59. Господарське товариство, всі учасники якого відповідно до укладеного між ними договору здійснюють підприємницьку діяльність від імені товариства і несуть додаткову солідарну відповідальність за зобов'язаннями товариства усім своїм майном, називається:

- а) повним;
- б) командитним;
- в) товариством з додатковою відповідальністю.

60. Банківські установи надають кредити переважно під проекти:

- а) розширення підприємства;
- б) створення підприємства.

61. Розмір контрольного пакету акцій становить:

- а) 34 %;
- б) 51 %;
- в) 70 %.

62. До різновидів структур адаптивного типу можна віднести:

- а) проектні;
- б) лінійно-штабні;
- в) функціональні.

63. Яка структура відображає закріплення в організаційній побудові підприємства двох напрямків керівництва, двох організаційних альтернатив?

- а) проектна;
- б) матрична;
- в) сіткова;
- г) організаційна.

64. Внутрішній нормативний документ підприємства в якому зазначається перелік посад, що є на даному підприємстві, чисельність працівників за кожною з них і розміри їх місячних посадових окладів - це:

- а) план потреби персоналу;
- б) штатний розпис;
- в) посадова інструкція.

65. Система планів, норм і нормативів, а також організаційних, адміністративних, соціальних, економічних та інших заходів для вирішення

кадрових проблем, задоволення потреб підприємства (організації) в персоналі - це:

- а) кадрова політика;
- б) механізм реалізації кадрової політики;
- в) кадрова стратегія.

66. Фінансові ресурси - це:

- а) сума створених фондів на підприємстві (статутний, резервний і т.д., які в сукупності складають власний капітал;
- б) сукупність економічних відносин, що виникають при формуванні, розподілі та використанні грошових фондів підприємства;
- в) грошові кошти, в розпорядженні комерційних підрозділів підприємств, включаючи наявні резерви.

67. Який із наступних елементів не відображається у фінансовому плані підприємства?

- а) формування фінансових ресурсів;
- б) аналіз використання фінансових ресурсів;
- в) використання фінансових ресурсів;
- г) розподіл фінансових ресурсів.

68. Одним із завдань фінансового плану є:

- а) планування виробництва та реалізації продукції;
- б) визначення витрат підприємства;
- в) забезпечення виробничої та інвестиційної діяльності необхідними фінансовими ресурсами.

69. Метою складання фінансового плану є:

- а) взаємоузгодження доходів і витрат;
- б) визначення виробничої собівартості продукції;
- в) виявлення та комбінація резервів збільшення прибутків шляхом поліпшення використання матеріальних, трудових та фінансових ресурсів.

70. План доходів і видатків підприємства складається для:

- а) характеристики результатів майбутньої діяльності фірми з погляду її прибутковості;
- б) визначення періодів, коли підприємство відчуватиме дефіцит або надлишок готівки;
- в) визначення суми коштів, які необхідно позичити в плановому періоді.

71. План грошових надходжень і виплат дає змогу визначити:

- а) розмір чистого прибутку;
- б) скільки потрібно коштів позичати;
- в) розмір сплати процентів за кредит;
- г) періоди діяльності, коли підприємство вдуватиме дефіцит або надлишок готівки;
- д) термін повернення позикових коштів.

72. Плановий баланс, який складають у бізнес-плані, дає змогу:

- а) подати в узагальненій формі результати майбутньої діяльності підприємства з погляду його прибутковості;

б) визначити періоди, коли підприємство відчуватиме дефіцит або надлишок готівки;

в) визначити суму коштів, яку необхідно взяти в борг у плановому періоді.

73. Інтереси власників капіталу відображають коефіцієнти:

а) ліквідність;

б) платоспроможність;

в) рентабельність;

г) всі відповіді правильні.

74. Точка беззбитковості дає змогу з'ясувати:

а) за якого обсягу продажу (у фізичних одиницях) бізнес підприємства залишатиметься збитковим;

б) скільки одиниць продукції необхідно продати, щоб витрати підприємства окупились його доходами;

в) за якого обсягу продажу бізнес підприємства стає прибутковим.

75. Рентабельність — це:

а) відповідний показник ефективності роботи підприємства, який у загальній формі обчислюється як відношення прибутку до витрат (ресурсів);

б) обсяг реалізації товарів, за якого підприємство не має збитків, але ще не має і прибутків.

76. Ризик інвестиційного проекту - це:

а) ймовірність того, що проект буде реалізовано;

б) очікуване значення NPV проекту;

в) міра невизначеності одержання очікуваного рівня доходності при реалізації даного проекту;

77. Несхильність інвесторів до ризику означає, що:

а) інвестори не вкладатимуть кошти в ризиковані проекти;

б) інвестори вкладатимуть кошти в ризиковані проекти;

в) інвестори не підуть на додатковий ризик, якщо не очікують, що це буде компенсовано додатковими доходами;

78. Для кількісної оцінки ризиків використовується показник:

а) термін окупності;

б) коефіцієнт трансформації;

в) точка беззбитковості;

г) середньоквадратичне відхилення.

79. Відмова від певної діяльності чи істотна (радикальна) її трансформація, у результаті якої ризик зникає, називається:

а) скасуванням ризику;

б) запобіганням та контролюванням ризику;

в) страхуванням ризику;

г) поглинанням ризику.

80. Поглинання ризику - це:

а) відмова від певної діяльності чи істотна (радикальна) її трансформація, у результаті якої ризик зникає;

б) коли учасники мають змогу ефективно впливати на чинники ризику і зменшувати можливість настання негативних подій;

в) зменшення збитків від діяльності за рахунок фінансової компенсації з боку страхових фондів;

г) спосіб діяльності, коли при матеріалізації ризику збитки повністю несе його учасник (учасники).

81. Інструменти управління проектними ризиками, відповідно до яких створюються резервні фонди окремих учасників проектної діяльності та проекту загалом, застави в різноманітних формах є:

а) організаційними;

б) технічними;

в) кадровими;

г) інформаційно-аналітичними;

д) фінансовими;

е) договірно-правовими.

82. Податковий ризик включає:

а) зміну податкового законодавства та рішення податкової служби, які знижують податкові переваги;

б) можливість використати з тих чи інших причин податкові пільги, встановлені законодавством;

в) зниження податкових ставок, що сприяє підвищенню величини прибутку у наступних періодах.

83. Точка беззбитковості характеризує:

а) обсяг продажу, за якого виручка від реалізації продукції перевищує витрати на виробництво даного обсягу продукції;

б) обсяг продажу, за якого виручка від реалізації продукції нижче витрат на її виробництво;

в) обсяг продажу, за якого виручка від реалізації продукції співпадає з витратами виробництва.

84. Технічні методи зниження ризиків:

а) засновані на впровадженні різних технічних заходів, наприклад, системи протипожежного контролю, банківських електронних розрахунків та ін.;

б) включають страхування, заставу, неустойку (штраф, пеню), та ін.;

в) включають комплекс заходів, направлених, на попередження втрат від ризику в випадках виникнення несприятливих обставин, а також на їх компенсацію в випадках виникнення втрат.

85. Метод зниження ризику, який передбачає систему відшкодування втрат страхувальниками при виникненні страхових випадків із спеціальних страхових фондів називається:

а) розподілом ризику між учасниками проекту;

б) страхуванням;

в) резервуванням коштів на покриття непередбачених витрат;

г) нейтралізацією часткових ризиків;

д) зниженням ризику в плані фінансування.

86. До питань, які охоплює презентація бізнес-плану, належать:

- а) підприємство та його продукція;
- б) власники підприємства;
- в) умови її терміни повернення коштів кредиторам та інвесторам;
- г) маркетингова стратегія підприємства;
- д) відповіді а, в, г правильні;
- е) всі відповіді правильні.

87. Що з переліченого не відносять до способів підвищення ефективності презентації бізнес-плану?

- а) попереднє ознайомлення з бізнес-планом учасників презентації;
- б) вдаліший вибір форми проведення презентації та методів встановлення контактів з учасниками презентації;
- в) незначне використання наочного матеріалу;
- г) наголошування на ключових питаннях пропонуваного бізнесу та компетенції команди менеджерів.

88. Презентація бізнес-плану спрямована на:

- а) кредиторів;
- б) інвесторів;
- в) страхові компанії;
- г) бізнес-центри;
- д) фонди зайнятості;
- е) органи державної влади;
- ж) всі відповіді правильні.

89. Тривалість презентації бізнес-плану в середньому становить:

- а) понад 45 хвилин;
- б) не більше ніж 2 години;
- в) приблизно 20 хвилин.

90. Експертиза бізнес-плану - це:

- а) публічна його оцінка з метою представлення зацікавленим особам;
- б) діагностика досягнення поставлених стратегічних цілей.

91. Проводити презентацію бізнес-плану повинен:

- а) керівник (підприємець) особисто;
- б) будь-хто з менеджерів підприємства;
- в) секретар референт керівника підприємства.

92. Презентація бізнес-плану проводиться для:

- а) ознайомлення зацікавлених юридичних і фізичних осіб з новим бізнесом;
- б) налагодження партнерських відносин з потенційними інвесторами;
- в) всі відповіді правильні.

93. До ключових моментів, які варто розглянути на презентації бізнес-плану, можна віднести:

- а) відомості про основні техніко-експлуатаційні параметри необхідного устаткування;
- б) характеристику команди, яка буде реалізовувати бізнес-план;

в) розгляд складу операційних витрат підприємства;
г) пояснення способів повернення кредиторам та інвесторам вкладених коштів.

94. Для інвесторів-акціонерів у бізнес-плані найбільш важливими є питання:

- а) ризикованості фінансування (так/ні);
- б) спроможності підприємства регулярно сплачувати проценти за користування позиками (так/ні);
- в) можливості зміцнення позиції підприємства на ринку (так/ні);
- г) фізичних параметрів продукту бізнесу (так/ні);
- д) перспектив прибутковості даного бізнесу-проекту (так/ні).

95. Кредитори, вивчаючи бізнес-план, перш за все цікавляться:

- а) регулярністю виплати процентів за користування позикою;
- б) можливістю зміцнення позиції підприємства на ринку;
- в) можливістю зміни юридичного статусу підприємства;
- г) перспективами прибутковості цього бізнес-проекту;
- д) спроможністю підприємства повернути свої борги.