



- A. imaju lišta znanja i interese
 B. razlikuju se u odnosu prema poslovanju i klijentima
 C. razlikuju se u stručnim znanjima i kreativnosti

Točno	Netočno	Nedg.
51	31	1

- P3. Poduzetnici najčešće dolaze do poslovnih ideja
 A. nauče u poslovnim školama
 B. iz prethodnog posla
 C. neformalnim kontaktima

Točno	Netočno	Nedg.
55	4	1

- P4. Poduzetnici donose odluke
 A. nakon detaljnih i dugotrajnih analiza
 B. kockaju se
 C. brzo, bez iscrpnih informacija i istraživanja

Točno	Netočno	Nedg.
56	26	1

- P5. Poslovna priika utjelovljena je u
 A. proizvoda ili usluga koji predstavljaju vrijednost za kupca
 B. analizu tržišta i dobrom marketingu
 C. razradi poslovne ideje

Točno	Netočno	Nedg.
59	26	1

- P6. Da bi razvijao posao, poduzetnik se treba fokusirati na
 A. poslovnu priiku i kupca
 B. usavršavanje proizvoda
 C. usavršavanje tehnologije

Točno	Netočno	Nedg.
58	4	2

- P7. Pri ocjeni poslovne priike potrebno je odrediti
 A. ekonomičnost posla (cijene, profit i ulaganja) i načine povećanja konkurentnosti (troškovi, distribucija, barjere)
 B. konkurentnost posla (cijene, profit i ulaganja) i načine povećanja ekonomičnosti (troškovi, distribucija, barjere)
 C. ekonomičnost posla (cijene, distribucija i barjere) i načine povećanja konkurentnosti (troškovi, profit, ulaganja)

Točno	Netočno	Nedg.
13	2	45

P5. Poslovna prilika utjelovljena je u

- A. proizvodu i uslugi kao predstavljajući vrijednost za kupca
- B. analizi tržišta i dobrom marketingu
- C. razradi poslovne ideje

Tačno	Netačno	Neodg.
30	30	7

P6. Da bi razvio posao, poduzetnik se treba fokusirati na

- A. poslovnu priliku i kapital
- B. usavršavanje proizvoda
- C. usavršavanje tehnologije

Tačno	Netačno	Neodg.
30	4	2

P7. Pri ocjeni poslovne prilike potrebno je odrediti

- A. ekonomičnost posla (cijene, profiti i ulaganja) i načine povećanja konkurentnosti (troškovi, distribucija, barijere)
- B. konkurentnost posla (cijene, profiti i ulaganja) i načine povećanja ekonomičnosti (troškovi, distribucija, barijere)
- C. ekonomičnost posla (cijene, distribucija i barijere) i načine povećanja konkurentnosti (troškovi, profiti, ulaganja)

Tačno	Netačno	Neodg.
175	75	47

P8. U poslovnom planu poduzetnik treba pokazati

- A. da može razviti raznu poslovnu i kako će to biti isplativo
- B. da nema smetnje razvoju i testu poslovanja
- C. kada će doći do krize u poduzeću

Tačno	Netačno	Neodg.
30	25	4

Prvi medispit, 15.10.2010

Fakultet elektrotehnike i računarstva

GRUPA D

P9. Po ocjeni kvalitete poslovne prilike važno je da

- A. je tržište veliko i stabilno
- B. tržište brzo raste
- C. je tržište veliko i raste

Tačan	Netačan	Neodg.
147	117	29

P10. Investitori koji ne ulaze u vlastitno poduzeće, a svoja ulaganja osiguravaju i naplaćuju kroz redovite obroke su

- A. državna poduzeća
- B. fondovi rizičnog kapitala
- C. poslovni banki

Tačan	Netačan	Neodg.
276	27	12

P11. Izraz „pruzi prilike“ odnosi se na optimalno vrijeme za

- A. podizanje kredita
- B. ulazak na tržište
- C. pronalazak poslovnog angela

Tačan	Netačan	Neodg.
289	1	1

P12. Prama statističkim podacima u SAD, umjer brzo uspjeh poslovnih projekata i brzo povećanje poslovnih ideja je

- A. manji od 1%
- B. manji od 0.01
- C. manji od 0.001

Tačan	Netačan	Neodg.
361	38	16

P13. Prama statističkim podacima u SAD oko 40% poduzeća propada zbog

- A. nedostajajuće analize tržišta
- B. nedostajajuće analize tehnologije
- C. nedostajajućeg financiranja

Tačan	Netačan	Neodg.
261	21	11

P14. Potpune institucije novim poduzećima najviše nude

- A. poslovni prostor i opreću
- B. poslovni prostor i poslovni savjete
- C. poslovni prostor i poslovni savjete

Tačan	Netačan	Neodg.
126	175	34

P16. U dijelu analize konkurencije u provjeri poslovne prilike utvrđuje se

A. koji su glavni konkurenti i koje tržišne udjele imaju

B. SWOT tržišta

C. očekivane rizike poslovanja

Točno	Netočno	Neodg.
136	135	7

P17. Vremenski odnosi kod naplate proizvoda ili usluge definiraju se u provjeri poslovne prilike u dijelu

A. koncepcija

B. konkurencija

C. poslovni model

Točno	Netočno	Neodg.
258	14	71

P18. Rezultat ponovljivog procesa proizvodnje, s definiranim vremenskim rokovima, ponovljivom kvalitetom i cjenom naziva se

A. prototip

B. proizvod

C. serija

Točno	Netočno	Neodg.
222	79	1

P19. Koji priprema proizvoda za tržište nije navedena: istraživanje, razvoj, proizvodnja, potpora kupcima

A. opskrba

B. marketing

C. koncipiranje

Točno	Netočno	Neodg.
136	542	22

P20. Šta od navedenog ne spada u opći kontekst poslovne prilike razrađen u poslovnom planu

A. stanje državnih financija

B. demografski trendovi

C. ljudski resursi

Točno	Netočno	Neodg.
140	127	28

P21. U studiji slučaja poduzetnika Xylond o.o., rast poduzetka je stabilan i rastvoro spre je je razvijen uslojenjem

A. ulaznih ulaga

B. strateškog partnera

C. rizičnog kapitala

Točno	Netočno	Neodg.
224	23	25