

СРЕДНО ЕКОНОМСКО ПРАВНО УЧИЛИШТЕ НА ГРАД СКОПЈЕ
“ВАСИЛ АНТЕВСКИ ДРЕН” – СКОПЈЕ

ДРЖАВНА МАТУРА

ПРАШАЊА И ЗАДАЧИ ЗА ПОДГОТОВКА

БИЗНИС

Мај 2021 год.

ОПИС НА ИСПИТОТ

Почитувани ученици, содржините предвидени во испитната програма за државна матура по предметот **Бизнис** се значајни за заокружување на Вашето четиригодишното стручно образование. Тие содржини се конципирани во испитни прашања кои се комбинација на програмски подрачја - **П** и способности - **С**.

Подрачја

Програмските подрачја предвидени во испитната програма се содржани во наставните програми по предметите: Бизнис за III година, Бизнис за IV година, Основи на бизнисот за I година и Основи на бизнисот за II година.

П1 - Карактерот на бизнисот

П2 - Економика на бизнисот

П3 - Маркетинг и бизнис

П4 - Управување со бизнисот

П5 - Бизнис план

Способности:

С1 - дефинира, препознава, идентификува, објаснува економски поими, појави, процеси, категории, теории. За ова ниво се доделува 1 бод;

С2 - класифицира, разликува, формулира и користи поими, факти и категории од областа на бизнисот. За ова ниво се доделуваат од 2 до 5 бода;

С3 - анализира, систематизира, поврзува, генерализира, решава проблеми од областа на бизнисот и образложува. За ова ниво се доделуваат најмногу 10 бодови.

Испитот по предметот Бизнис е писмен и се состои од решавање тест. Времетраењето на испитот е 150 минути и се спроведува без пауза. Тестот ќе содржи околу 40 испитни задачи:

- задачи во кои ученикот треба да избере еден точен од четири понудени одговори;
- задачи во кои на означеното место треба да запише краток одговор;
- задачи во кои ученикот треба да анализира, систематизира или решава проблеми од областа на бизнисот.

I. С1 Заокружи еден од понудените одговори како надополнување на зададениот исказ. Секој точен одговор се бодува со еден поен.

Корегираните одговори не се сметаат за точни.

1. Профитот претставува разлика помеѓу :

- а) вкупниот приход и вкупниот промет
- б) **вкупниот приход и вкупните трошоци**
- в) трошоците и расходите
- г) вкупните средства и обврски

1/

2. Интерното опкружување опфаќа :

- а) економски и политички услови
- б) добавувачи и купувачи
- в) **опрема и способности на вработените**
- г) деловни партнери и добавувачи

1/

3. Зголемување на цената на производот на пазарот се јавува кога:

- а) понудата се зголемува, а побарувачката се намалува
- б) понудата се зголемува, а побарувачката останува иста
- в) понудата останува иста, а побарувачката се зголемува
- г) понудата и побарувачката се намалуваат

1/

4. Цената на производот по која понудувачите ќе понудат на пазарот количество што купувачите го побаруваат, се нарекува:

- а) водечка цена
- б) рамнотежна цена
- в) психолошка цена
- г) реална цена

1/

5. Билансот на успех претставува преглед на:

- а) вкупниот приход и вкупниот профит
- б) вкупниот промет и вкупните трошоци
- в) вкупниот приход и вкупните трошоци
- г) вкупните приливи и издатоци

1/

6. Изворите на финансирање според потеклото, можат да бидат:

- а) долгорочни и краткорочни
- б) сопствени и туѓи
- в) деловни и вонделовни
- г) редовни и повремени

1/

7. Директната продажба се реализира преку :

- a) трговијата на мало
- b) **продажно одделение на производителот**
- в) трговијата на големо и мало
- г) продажба преку посредници

1/

8. Диверзификација на асортиманот претставува :

- a) **проширување на производната програма**
- b) стеснување на производната програма
- в) конкретизирање на производната програма
- г) комплетирање на производствената програма

1/

9. Улогата на промотивниот облик “односи со јавноста“ е :

- a) оценка на јавното мислење за претпријатието
- b) личен контакт со купувачите
- в) **градење имиџ на претпријатието**
- г) личен контакт со добавувачите

1/

10. Менаџерите поставуваат и следат истовремено повеќекратни цели и тоа :

- a) официјални, оперативни и завршни цели
- b) **официјални, оперативни и извршни цели**
- в) официјални, организациони и оперативни цели
- г) официјални, оперативни и иницијални цели

1/

11. Принципи на организирањето се:

- a) концентрација, централизација и мотивација
- b) **специјализација, стандардизација и координација**
- в) локација, релокација и супституција

1/

г) продуктивност, рентабилност и ликвидност

12. Добро изработениот Бизнис план овозможува :

а) **да се намали ризикот од неуспех**

б) да се освојат купувачите

в) да се зголеми продуктивноста

1/

г) да се освојат добавувачите

13. Во екстерното опкружување ги бараме

а) можностите и слабостите

б) **можностите и заканите**

в) можностите и јаките страни

1/

г) закани и слабости

14. Во основа, се разликуваат два вида претприемништво

а) примарно и секундарно

б) активно и пасивно

в) **индивидуално и внатрешно**

1/

г) социјално и општествено

15. Според степенот на обработка на сировините и работата што ја вршат,

бизнисите се групираат во а) јавен и приватен сектор

б) сектор на производство и трговија

в) **примарен, секундарен и терцијарен сектор**

1/

г) индустрија, трговија и занаетчиство

16. Намалување на цената на производот на пазарот се јавува кога

- a) понудата се зголемува и побарувачката се зголемува
 - b) понудата се намалува, а побарувачката останува иста
 - v) понудата останува иста, а побарувачката се зголемува
 - г) побарувачката останува иста, а понудата се зголемува
- 1/

17. Во т.н. психолошки цени спаѓаат:

- a) водечки и престижни цени
 - b) одбивни и непарни цени
 - v) рамнотежни и недостижни цени
 - г) реални и номинални цени
- 1/

18. Билансот на состојба претставува преглед на:

- a) приходите и трошоците од работењето
 - b) средствата и изворите на средства
 - v) обврските и побарувањата
 - г) капиталот и обврските
- 1/

19. Долгорочни кредити се:

- a) трговските кредити
 - b) кредитите за набавка на обртни средства
 - v) инвестициските кредити
 - г) кредитите за набавка на тековни средства
- 1/

20. Симплификација на асортиманот претставува

- a) конкретизирање на производната програма
 - b) проширување на производната програма
 - v) стеснување на производната програма
 - г) квантифицирање на поизводствената програма
- 1/

21. Активности **на** продажната промоција се :

- а) **премии, купони и бесплатни примероци**
- б) патенти, лиценци и концесии
- в) календари, нотеси и пенкала
- г) чекови, меници депозити

1/

22. Надзорниците (супервизори) имаат

- а) организациони цели
- б) работно ориентирани цели
- в) **цели на одделни сектори**
- г) стратешки цели

1/

23. Менаџерската функција мотивирање придонесува за

- а) **зголемување на придонесот на вработените**
- б) зголемување на квалификациите на вработените
- в) зголемување на конкурентската способност
- г) зголемување на ликвидноста на бизнисот

1/

24. Со бизнис планот претприемачот ќе ја претстави бизнис идејата пред

- а) вработените
- б) купувачите
- в) **инвеститорите**
- г) добавувачите

1/

25. **SWOT** анализата се користи за

- а) истражување и анализа на пазарот

- б) анализа на средствата и изворите на средства
- в) анализа на состојбите и промените во опкружувањето
- г) истражување и анализа на трошоците

1/

26. Доколку со нов процес на производство се произведе нов производ станува збор за

- а) технолошко прилагодување
- б) адаптација
- в) радикална иновација

1/ г)

пионерска иновација

27. Кои елементи на SWOT анализата се под контрола на претприемачот?

- А) можности и закани
- Б) јаки и слаби страни
- В) предности и можности
- Г) слабости и закани

1/

28. Процесот на планирање, организирање, раководење и контролирање на активностите во претпријатието заради остварување на целите претставува

- А) организирање
- Б) претприемништво
- В) менаџмент
- Г) финансирање

1/

29. Екипирањето како менаџерска функција подразбира обезбедување

- А) луѓе
- Б) ресурси
- В) суровини

1/

Г) инпути

30. За долгорочни цели во бизнисот е одговорен

А) **врвниот менаџмент**

Б) средниот менаџмент

В) првото ниво менаџери

1/

Г) раководителите на сектори

31. Менаџерите во претпријатијата формулират и следат повеќекратни цели:

А) организациони и контролни цели

Б) **официјални, оперативни и извршни цели**

В) пазарни и производствени

1/

Г) стратешки и долгорочни цели

32. Збир на активности кои претпријатието ги планира или презема со цел да ги открие и задоволи потребите на потрошувачите се нарекува

А) **маркетинг**

Б) планирање

В) менаџмент

Г) претприемништво

1/

33. Маркетинг истражувањето првенствено и најмногу се концентрира на:

А) истражување на предностите и слабостите

Б) **истражување на пазарот**

В) истражување на целите и плановите

1/

Г) мотивацијата на вработените

34. Економска пропаганда, промоцијата на продажба, личната продажба и публицитет и односи со јавност се

- А) облици на промоција
- Б) цели на промоција
- В) ефекти од промоција
- Г) задачи на промоција

1/

35. Директна продажба; продажба преку големопосредници и со посредување на трговијата на мало се

- А) начини на трговија
- Б) облици на продажба
- В) канали на дистрибуција
- Г) форми на набавка

1/

36. Кога претпријатието набавува производи од добавувачот, а долгот го плаќа подоцна станува збор за

- А) трговски кредит
- Б) хипотекарен кредит
- В) лизинг на производи
- Г) паричен кредит

1/

37. Хартија од вредност, односно писмена потврда за право на сопственост на дел од капиталот на претпријатието е:

- А) обврзница
- Б) акција
- В) меница
- Г) акредитив

1/

38. Кога купувачите сакаат да купат повеќе отколку што продавачите сакаат да продадат, на пазарот се јавува

- А) вишок
- Б) **недостиг**
- В) инфлација
- Г) девалвација

1/

39. Фиксните трошоци со згледување на обемот на производство

- А) **остануваат исти**
- Б) растат
- В) опаѓаат
- Г) побавно растат

1/

40. Оние бизниси чија главна дејност е трговија и давање на услуги припаѓаат на :

- А) **терцијарниот сектор**
- Б) секундарниот сектор
- В) примарниот сектор
- Г) индустриски сектор

1/

41. Причината за кооперативна соработка помеѓу малите и големите бизниси е

- А) **големите бизниси ги намалуваат трошоците, а малите имаат загарантиран пласман**
- Б) малите бизниси ги намалуваат трошоците, а големите имаат загарантиран пласман
- В) малите бизниси ги изедначуваат трошоците, а големите имаат загарантиран пласман
- Г) големите бизниси ги зголемуваат трошоците, а малите имаат загарантиран пласман

1/

42. Секој бизнис план треба:

- А) да ги дефинира целите, активностите и финансиските последици од нив
- Б) да ги дефинира пазарот и стратегиската конкурентност на бизнисот
- В) да ги дефинира цените, купувачите и претприемничкиот амбиент 1/
- Г) да ги дефинира трошоците,расходите и профитот

43. Кои од следниве елементи на SWOT анализата потекнуваат од екстерното опкружување?

- А) слаби страни и закани
- Б) јаки и слаби страни
- В) предности и можности 1/
- Г) можности и закани

44. Главен инструмент за оценка на успешноста во остварувањето на плановите е:

- А) организирање
- Б) контролирање
- В) раководење 1/
- Г) планирање

45. Раководењето има за цел:

- А) да влијае врз придонесот на луѓето во работата
- Б) да влијае врз економичноста во работењето
- В) да влијае врз специјализацијата на активностите 1/
- Г) да влијае врз финасирањето и ликвидноста

46. За краткорочните (тековни) цели во бизнисот е одговорен

- А) врвниот менаџмент
- Б) средниот менаџмент
- В) **првото ниво менаџери**
- Г) генералниот менаџер

1/

47. Целта на економската пропаганда како промотивна активност е да

- А) да се задоволат потребите на потрошувачите
- Б) **се стимулира купувањето на производот**
- В) се создаде претстава за претпријатието
- Г) да се олесни дистрибуцијата

1/

48. Издатоците кои се поврзани со производството, но неможат да се идентификуваат за определен производ се:

- А) **варијабилни трошоци**
- Б) индиректни трошоци
- В) директни трошоци
- Г) маргинални трошоци

1/

49. Билансот на состојба претставува преглед на:

- А) приходите и расходите од работењето
- Б) капиталот и обврските на претпријатието
- В) **средствата и изворите на средствата**
- Г) капитал и расходи на бизнисот

1/

50. Вкупните варијабилни трошоци со згледување на обемот на производство

- А) растат**

Б) остануваат исти

В) опаѓаат

1/

Г) опаѓаат со побавно темпо

51. Доколку со ист процес на производство се произведе нов производ станува збор за

А) технолошко прилагодување

Б) адаптација

В) пионерска иновација

1/

Г) радикална иновација

52. Со цел да постигнат оптимално производство со намалени трошоци по единица производ, претприемачите вршат:

А) замена (супституција) на расположливите фактори за производство

Б) селење (реалокација) на расположливите фактори за производство

В) ги употребуваат само расположливите фактори за производство

1/

Г) ангажираат туѓи фактори за производство

53. Бизнис активностите поврзани со извозот, давањето лиценци, отворањето продажни места во странски земји и странските директни инвестиции претставуваат:

а) социјално претприемништво.

б) технолошко претприемништво.

в) меѓународно претприемништво.

1/

г) индивидуално претприемништво.

54. Во суштина на претприемништвото се:

а) истражување, иновација и технологија.

б) инвестиција, маркетинг и менаџмент.

в) иновација, ризик и менаџерска способност. 1/

г) планирање, организација и контрола

55. Бизнисите што се основани, организирани и финансирани од државата или од некој нејзин орган се нарекуваат:

а) бизниси од терцијарен сектор

б) бизниси од примарен сектор

в) бизниси од приватен сектор 1/

г) бизниси од јавен сектор

56. Соработката на големите со малите претпријатија во индустријата се остварува преку

а) договор за производство

б) кооперантски договор

в) договор за закуп

г) меѓународен договор

1/

57. Кој е основниот критериум според кој се определува дали бизнисот е успешен

а) поседување капитални средства

б) остврување профит на долг рок

в) вработување голем број работници

1/ г) поседување на обртни средства

58. Како се именува претприемништвото во големите претпријатија?

а) големо претприемништво

б) групно претприемништво

в) интрапретприемништво

1/ г) социјално претприемништво

59. Доколку со нов процес на производство се произведе постоен производ станува

збор за: а) **технолошко прилагодување**

б) адаптација

в) пионерска иновација 1/ г) радикална иновација

60. Трошоците за кои при нивното настанување не се знае за кој производ се направени се

а) директни трошоци

б) **индиректни трошоци**

в) маргинални трошоци

г) варијабилни трошоци 1/

61. Целта на односите со јавноста како промотивна активност е да

а) да се задоволат потребите на потрошувачите

б) се стимулира купувањето на производот

в) **се создаде претстава за претпријатието** 1/

г) да се рекламираат производите

62. Финансиска помош без обврска за враќање претставува

а) акредитација

б) кредит

в) аконтација

1/ г) **субвенција**

63. Збирот на отплатата на кредитот и каматата се нарекува а) аванс

б) амортизација

в) **ануитет**

1/

г) акумулација

64. Способноста на претпријатието да ги исплатува навремено достасаните обврски се нарекува

а) стабилност

б) **ликвидност**

в) рентабилност

г) економичност

1/

65. Збирот на сите трошоци направени за производство на единица производ се нарекува

а) продажна цена

б) набавна цена

б) **цена на чинење**

г) фактурна цена

1/

66. Паричниот израз на трошењето на фиксните средства се нарекува а) акумулација

б) **амортизација**

в) афирмација

1/ г)

аконтација

II. С 2 Во празните полиња дополни ги речениците или поврзи ги термините. Корекции во одговорите не се вреднуваат како точни.

1. Во бизнисот треба да се обединат факторите на производство : труд, капитал, земја и претприемништво

2/

2. Подрачја на дејствување на малиот бизнис се : земјоделство, трговија, услуги, преработувачката индустрија
2/
3. Од аспект на степенот и начинот на обработка на суровините, како и природата на работата што ја извршуваат, бизнисите можат да се групираат во примарен, секундарен и терцијарен сектор.
2/
4. Во основа, може да се каже дека постојат два типа на претприемништво и тоа индивидуално и претприемништво во претпријатие што постои(внатрешно) 2/
5. Наведените фактори поврзани со опкружувањето на кое му припаѓаат :
А. конкуренција
Б. законска регулатива
В. добавувачи
Г. опрема Д. работна сила
Ѓ. економски услови
- Општо екстерно опкружување Б, Ѓ
Посебно екстерно опкружување: А, В
Интерно опкружување: Г, Д 2/
6. Амортизација претставува изгубена вредност на фиксните средства кога се трошат и застаруваат, односно паричен израз на трошењето на фиксните средства
2/
7. Паричните издатоци направени со цел да се создаде некој производ се наречени трошоци за производство (директни трошоци)
2/
8. Паѓањето на цената на производот под рамнотежното ниво предизвикува дефлација 2/

9. . Збирот на активности што претпријатието ги презема со цел да ги открие и ги задоволи потребите на постојните и на потенцијалните купувачи со соодветни производи.е наречен маркетинг. 2/
10. Наведените трошоци размести ги според припадноста:
- А. амортизација
 - Б. камата
 - В. трошоци за материјали
 - Г. трошоци за реклама
 - Д. плати за работниците
 - Ѓ. плати за менаџерите
 - Е. гориво
 - Ж. енергија
- Фиксни трошоци: А, Б, Ѓ,
Варијабилни трошоци: В, Е, Ж, Г, Д 2/
11. Потребите на потрошувачите треба да се задоволат преку четирите инструменти на маркетингот : производ, цена, дистрибуција, промоција 2/
12. Белези на производот се дизајн, квалитет, функционалност, марка, пакување и сервисирање 2/
13. Во теоријата на маркетингот се наведуваат следните облици на промоција
Економска пропаганда, лична продажба, публицитет и односи со јавноста, промоција на продажбата 2/
14. Под поимот менаџмент се подразбира регулирање на активностите на ендо претпријатие заради остварување на дефинираните цели. 2/
15. Планирањето е најзастапено кај врвниот менаџмент, а раководењето кај менаџери на пониско ниво. 2/
16. Поволната локација на бизнисот придонесува за намалување на транспортните трошоци и за привлекување на купувачи. 2/
17. SWOT анализата претставува анализа на предности, слабости, закани и можности 2/

18. Подреди ги наведените елементи во соодветните делови на Бизнис планот :

- А. Производствен процес
- Б. Број на вработени и нивните квалификации
- В. Селекција на кадрите
- Г. Планирање на производството
- Д. Предвидување на продажбата
- Ѓ. Одредување на удел на пазарот

Маркетинг план Д, Ѓ

План на производство А, Г

Организација и менаџмент Б, В

2/

19. Групирај ги факторите според припадноста во SWOT анализата

- А. евтини сировини од сопствено производство
- Б. разработена дистрибутивна мрежа
- В. опаѓање на куповната моќ на населението
- Г. неискусни менаџери
- Д. ниски каматни стапки
- Ѓ. растечка потреба
- Е. нелојална конкуренција
- Ж. неповолна локација

S : Б, А

W : Г, Ж

O : Д, Ѓ

T : В, Е

2/

20. Процесот на откривање можности и преземање активности (ризик) за нивна реализација, со рационално искористување на ресурсите , се нарекува претприемништво.

2/

21. Терцијарниот сектор го сочинуваат оние бизниси чија главна дејност е услуги и трговија

2/

22. Во посебно бизнис опкружување спаѓаат добавувачи,потрошувачи и конкуренти.

2/

23. Поврзи ги економските принципи со соодветен економски поим

Продуктивност В. Труд
Економичност А. Трошоци
Рентабилност Б. Профит

2/

24. Утврди ја точноста на исказите со ДА / НЕ

ДА _____ Локацијата може да биде слаба страна на бизнисот

ДА _____ Добавувачите можат да претставуваат закана

НЕ _____ Конкуренцијата може да биде слаба страна

НЕ _____ Правно-политичките услови може да бидат јака страна

НЕ _____ Способностите можат да бидат можности

ДА _____ Купувачите може да бидат можност

2/

25. Амортизацијата може да биде временска и функционална.

2/

26. Паричните издатоци направени со цел да се создаде определен производ се викаат директни трошоци

2/

27. Растењето на цената над рамнотежното ниво предизвикува инфлација (нерамнотежа) на пазарот.

2/

28. Размести ги наведените елементи според припадноста:

Постојани средства
Д. градежни објекти Г. транспортни средства А. патенти, лиценци

Обртни средства В. залихи Ѓ. парични средства Б. акции

2/

29. Потребите на потрошувачите треба да се задоволат преку четирите инструменти на маркетингот : _____ производ _____, _____ промоција _____ цени _____ и _____ дистрибуција _____.

2/

30. Белези на производот се : _____ дизајн _____, _____ квалитет _____, _____ функционалност _____, _____ марка _____, _____ пакување _____ и _____ сервисирање _____.

2/

31. Претпријатијата ја формираат продажната цена под влијание на неколку фактори: побарувачка, конкуренција, трошоци и мерки на економска политика на државата во областа на цените.

2/

32. Со средниот и големиот бизнис управуваат три вида менаџери : _____врвен менаџер (top manager), _____ менаџери од средно ниво (middle managers) _____ и прва линија на менаџери (first-line managers).

2/

33. Планирањето е најзастапено кај _____врвните менаџери (top managers), а раководењето кај _____ менаџерите на пониско ниво (first-line managers).

2/

34. Поволната локација на бизнисот придонесува за намалување на _____ транспортни трошоци _____ и за привлекување на _____ потрошувачи _____.

2/

35. SWOT анализата претставува анализа на предностите, слабостите, можностите и заканите

2/

36. Подреди ги наведените елементи во соодветните делови на Бизнис планот :

- А. Производствен процес
- Б. Број на вработени и квалификации
- В. Опрема за производство
- Г. Планирање на реализацијата
- Д. Предвидување на продажбата
- Ѓ. Одредување на удел на пазарот

Маркетинг план Д. Ѓ.

План на производство А. В. Г.

Организација и менаџмент Б.

2/

37. Групирај ги факторите според припадноста во SWOT анализата:

- А. евтини сировини од сопствено производство
- Б. разработена дистрибутивна мрежа
- В. опаѓање на куповната моќ на населението
- Г. неискусни менаџери
- Д. ниски каматни стапки
- Ѓ. растечка потреба
- Е. нелојална конкуренција
- Ж. неповолна локација

$S : A, B$

W Ж, Г

О: Ё, Д

$$T : B, E$$

2/

38. Менаџерски функции се планирање, организирање, координирање и контролирање

2/

39. Плановите можат да се однесуваат на различни времески интервали. Разликуваме долгорочни, среднорочни и краткорочни планови. 2/

2/

40. Во маркетингот како процес централно место имаат потребите на потрошувачите

41. Обртните средства средства се трансформираат од еден во друг облик според следниот редослед: пари потребни за набавка на сировини и материјали—сировини и материјали—производство (трансформација)—готови производи—пари добиени од продажбата на готовите производи

2/

42. Разликуваме четири типа иновации: радикална, пионерска иновација, технолошко прилагодување и адаптација.

.2/

43. Претприемништвото кое се базира на личните карактеристики на поединецот, односно неговите знаења, вештини и способности е индивидуално претприемништво

2/

44. Со цел да остварат повисок профит претприемачите постојано вршат постојано разместување (реалокација), односно селење на расположливите расположливи фактори на производство на од еден во друг сектор(..... и супституција)

2/

45. Дистрибуцијата како инструмент на маркетинг миксот треба да овозможи најбрз и најефикасен начин на движење на производот кон неговата цел – потрошувачот. 2/

46. Психолошки цени се: престижни, водечки, непарни и продажни цени. 2/

47. Од аспект на тоа кој ги основа, управува и финансира бизнисите можеме да ги поделиме на бизниси од јавен и приватен сектор. 2/

48. Причини за појава на можност за претприемачот може да бидат:

1. технолошка промена

2. конкуренција

3. промена во државните прописи

4. желбите на потрошувачите

2/

III С 3 На поставената задача односно проблемска ситуација одговори со пресметување, образложување или решавање.

1. Во фабриката за производство на текстилно платно во текот на еден месец се произведени 12 000 м. платно при што се направени вкупни трошоци од 600 000 ден. Истовремено, како резултат на истиот производствен процес, создадени се 5 000 кг. текстилни парчиња како спореден производ, чија пазарна цена е 12 ден. за килограм.

Колку изнесува цената на чинење на 1 м. платно ?

10/

2. Изработи шематски приказ (органограм) на организациската структура на трговското претпријатие според следните функции:

- графички дизајнер
- менаџер за набавка
- магационер во продажен магацин
- генерален менаџер
- манаџер за продажба
- шеф во малопродажба
- раководител на продавница
- маркетинг менаџер
- шеф на големопродажба
- аранжер
- одговорен за односи со јавноста
- калкулант во набавен сектор

10/

3. Дополни ја табелата за движењето на суфицитите и дефицитите (добивка или загуба) во првите 11 месеци од работењето на претпријатието, истовремено пресметувајќи ги и акумулираните суфицити и дефицити.

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Приходи	1 600		800	1 100	1 000	1 500	1 700			1 000	900
Расходи	1 200	1 200	1 200		900	1 100		1 500	1 200		1000
Почетен суф./деф.		200	- 400	100	100		500	500	0	- 100	- 100
Акумул. Суф./деф.	400	600		300		800	1 300	1 800	1 800	1 700	

10/

4. **Набавната вредност на машината е 600.000 денари, а нејзиниот работен век е 5 години. Пресметај по колку треба во претпријатието да се издвојува месечно за да може по истекот на 5 години да се набави нова машина.**

10/

5. Во малиот бизнис за производство и продажба на бели пецива Златен Клас се направени следниве трошоци

1. Трошоци за материјали.....	100.000 денари
2. Трошоци за греење.....	1.000 денари
3. Трошоци за електрична енергија.....	3.000 денари
4. Трошоци за чистење.....	1.500 денари
5. Трошоци за ПТТ услуги.....	2.000 денари
6. Трошоци за реклама и пропаганда.....	3.500 денари
7. Амортизација.....	1.000 денари
8. Плати на работници во производството.....	38.000 денари

Пресметај колку изнесуваат **ДИРЕКТНИТЕ** трошоци на производство и **ЦЕНАТА НА ЧИНЕЊЕ** ако се произведени 10000 парчиња пециво.

10/

**6. ПОПОЛНИ ВО ТАБЕЛАТА КОЛКУ ИЗНЕСУВААТ
ТРОШОЦИТЕ**

Количина	ФИКСНИ ТРОШОЦИ		ВАРИЈАБИЛНИ ТРОШОЦИ		ВКУПНИ ТРОШОЦИ	
	Вкупни	Просечни	Вкупни	Просечни	Вкупни	Просечни
0	36		0			
1	36		240			
2	36		360			
3	36		480			

10/