

Товарознавство

1. Надійність характеризується такими показниками:

- 1) безвідмовність, довговічність, ремонтоздатність та збереженість;
- 2) середнє напрацювання, гарантійний строк роботи;
- 3) довговічність, строк експлуатації за ресурсом;
- 4) строк експлуатації та збереженість.

2. До ергономічних належать властивості, що

- 1) характеризують зручність і комфортність споживання;
- 2) впливають на організм і працездатність людини;
- 3) комплексно задовольняють усі потреби і створюють комфорт;
- 4) характеризують умови, які під час експлуатації впливають на організм людини.

3. Споживні властивості продовольчих товарів обумовлюються

- 1) наявністю хімічних речовин як джерела енергії та «будівельного матеріалу»;
- 2) ступенем захисту людини від впливу шкідливих факторів;
- 3) рівнем шкідливості товару;
- 4) відображенням зовнішнього виявлення внутрішньої суті продукту.

4. Рівень якості продукції – це

- 1) кількісна оцінка якості продукції;
- 2) відносна характеристика якості продукції, що ґрунтується на порівнянні показників якості з базовими значеннями;
- 3) рівень, за яким досягається найбільший ефект від експлуатації;
- 4) рівень, що характеризує кілька властивостей продукції.

5. Кодування товару – це

- 1) об'єктова ознака, за якою об'єкти розрізняються між собою;
- 2) поняття, що лежить в основі класифікації;
- 3) процес надання кодового позначення об'єкта чи угруповання у вигляді знака чи групи знаків за встановленими правилами;
- 4) відношення між сукупністю предметів.

6. До товарів повсякденного попиту належать

- 1) товари, що потребують активної реклами;
- 2) певні види рідкісних товарів;
- 3) товари, що їх купують без зусиль на їх порівняння й оцінку;
- 4) товари, що їх ретельно вибирають і порівнюють за відповідними ознаками.

7. Споживні властивості круп визначають за такими показниками:

- 1) стан поверхні, колір, форма;
- 2) зовнішній вигляд, колір, запах;
- 3) хімічний склад, засвоюваність окремих речовин, енергетична цінність, органолептичні показники, розварюваність;
- 4) вміст доброякісного ядра, засміченість.

8. Із зерна пшениці виготовляють такі крупи:

- 1) пшоно, «Артек»;
- 2) «Полтавську», «Артек», манну;
- 3) «Полтавську», ячну, перлову;
- 4) ячну, «Артек», «Полтавську».

9. Сортами хлібопекарського пшеничного борошна є

- 1) вищий, 1-й сорт, оббивне;
- 2) вищий, 1-й і 2-й сорти, оббивне;
- 3) 1-й і 2-й сорти;
- 4) оббивне, обдирне, сіяне.

10. Бублики характеризуються

- 1) крихкою консистенцією, оскільки до їх складу входить мало води;
- 2) найбільшим розміром, м'якою, пружною консистенцією;
- 3) найменшим розміром, дуже низькою вологістю;
- 4) середнім розміром, високою вологістю.

11. Картопля за призначенням поділяється на ... сорти.

- 1) столові, технічні, універсальні, кормові;
- 2) кормові, столові, кулясто-овальні;
- 3) відбірні високоцінні, звичайні;
- 4) столові, кормові.

12. Шоколад десертний характеризується

- 1) різноманітністю органолептичних ознак, зумовлених додаванням сухого молока;
- 2) більшим вмістом цукру і меншим вмістом тертого какао, додаванням до рецептури горіхової сировини;
- 3) більшим вмістом тертого какао і меншим вмістом цукру, що зумовлює ніжний смак, приємний і добре виражений аромат;
- 4) великим вмістом молока, кави, горіхів.

13. Шампанські вина характеризуються тим, що

- 1) їх виготовляють у герметично закритих металевих резервуарах, вони мають насичений колір, терпкий смак;
- 2) містять значну частину вуглекислоти в результаті штучного насичення газу;
- 3) містять значну частину вуглекислоти, що накопичується природним шляхом під час вторинного бродіння вино-матеріалів;
- 4) їх виготовляють у дубових бочках, вони мають виразний плодовий аромат.

14. Чорний байховий чай відрізняється від зеленого тим, що

- 1) сировина зав'ялюється і висушується в затінку;
- 2) в результаті ферментації втрачає зелений колір і запах зелені, набуває коричневого забарвлення і приємного аромату;
- 3) зберігає вихідні властивості свіжого чайного листа, його хімічний склад;
- 4) до нього додають барвні речовини, він зберігає зелений колір і запах зелені.

15. Сирокопчені ковбаси характеризуються

- 1) еластичною оболонкою темно-коричневого кольору, світлішим фаршем, ароматом коньяку;
- 2) більшим вмістом вологи, темнішим кольором;
- 3) щільною консистенцією, гострим запахом, приємним солонуватим смаком, вираженою зморшкуватістю;
- 4) щільнішою консистенцією фаршу, слабосолоним смаком,

16. Способи засолювання риби –

- 1) простий, сухий, мокрий;
- 2) сухий, мокрий, змішаний;
- 3) маринований, сухий, мокрий;
- 4) теплий, холодний, маринований.

17. Рафінована олія відрізняється від нерафінованої тим, що

- 1) має колір, смак і запах, притаманні сировині;
- 2) є маслянистою рідиною без осаду, світлого кольору, без запаху;
- 3) має незначний осад, слабкий запах;
- 4) має насичений колір, виразний смак.

18. Органолептичний метод дослідження якості товарів ґрунтується на ...

- 1) визначенні хімічного складу товарів;
- 2) використанні інформації; отриманої шляхом збирання й аналізу думки споживачів;
- 3) використанні інформації, яку отримують за допомогою органів чуття;
- 4) визначенні фізичних властивостей товарів.

19. Супровідні документи, що засвідчують якість товару, – це

- 1) сертифікати якості, відповідності, походження, санітарне та ветеринарне посвідчення;
- 2) сертифікати відповідності;
- 3) санітарне посвідчення;
- 4) ветеринарне посвідчення.

20. Кращою за споживними властивостями є морква

- 1) із рівною гладенькою поверхнею;
- 2) з яскраво-оранжевою м'якоттю, невеликою серцевиною, рівною гладенькою поверхнею;
- 3) із великою серцевиною та солодким смаком;
- 4) із розгалуженою кореневою системою.

21. До несправжніх ягід належать

- 1) суниця, полуниця;
- 2) виноград, агрус, ожина;
- 3) малина, брусниця, чорниця;
- 4) суниця, журавлина, малина.

22. Чим відрізняється кишмиш від родзинок?

1. Це висушені ягоди безнасінневих сортів винограду.
2. Це висушені ягоди насінневих сортів винограду.

3. Це висушені ягоди винограду з тонкою шкіркою.

4. Це висушені ягоди різних сортів винограду.

23. Спосіб консервування плодів та овочів, що тринтується на зневодненні, – це

- 1) ферментація;
- 2) сушіння;
- 3) стерилізація;
- 4) пастеризація.

24. Під час сушіння грибів не темнішають

- 1) білі гриби;
- 2) грузді;
- 3) масляки;
- 4) рижики.

25. Спреди характеризуються тим, що

- 1) містять не менше ніж 50% молочного жиру та рослинний жир;
- 2) містять не менше ніж 25% молочного жиру та рослинний жир;
- 3) не містять рослинного жиру;
- 4) не містять молочного жиру.

26. Печиво за сировиною та способом виготовлення класифікують на

- 1) зтяжне, здобне, пісочно-відсадне;
- 2) вершкове, з цибулею, білково-збиване;
- 3) зтяжне, цукрове, здобне;
- 4) здобне, бісквітно-збиване, горіхове.

27. Вироби із пластмас, що мають просту форму, нечітке оздоблення, оплавлені грані, виробляють способом

- 1) пресування;
- 2) штампування;
- 3) виливання під тиском;
- 4) каландрування.

28. Вид декору, що його наносять на пластмасові вироби за допомогою картинок, який має яскраві кольори та чіткі контури, називається

- 1) декалькоманія;
- 2) живопис;
- 3) фотодрук;
- 4) тиснення.

29. Механічний спосіб декорування склопосуду, за якого на виробках утворюються малюнки у вигляді матових кружечків – це

- 1) матова стрічка;
- 2) номерне шліфування;
- 3) алмазна грань;
- 4) гравіювання.

30. Вид кераміки з пористим черепком білого із жовтуватим відтінком кольору, не просвічується, звук під час постукування глухий, – це

- 1) фарфор;
- 2) фаянс;
- 3) майоліка;
- 4) гончарний виріб.

31. Вироби, призначені для шампанського, сухих і десертних вин, називаються

- 1) фужери; 3) склянки;
- 2) бокали; 4) чарки.

32. До якої групи металогосподарських товарів належать м'ясорубки?

1. Металевий посуд.
2. Ручні знаряддя праці (інструменти).
3. Кухонні та господарські вироби і приладдя.
4. Ножові вироби та столові набори.

33. Будівельне скло, що має запресовану металеву сітку, називається

- 1) візерунчасте;
- 2) багат шарове;
- 3) армоване;
- 4) загартоване.

34. Малюнок деревини, утворений річними кільцями та серцевинними променями на розрізі, – це

- 1) фактура;
- 2) текстура;
- 3) структура;
- 4) фурнітура.

35. Меблі поділяють на столярні, гнуті та клеєні

- 1) за призначенням;
- 2) за способом виготовлення;
- 3) за оздобленням;
- 4) за конструкцією.

36. Нاپівпровідникові прилади, що пропускають струм в одному напрямку і складаються з двох напівпровідників із різними типами провідності, називаються

- 1) діоди;
- 2) транзистори;
- 3) тиристори;
- 4) пентоди.

37. Скрипка, віолончель та контрабас належать до групи ... музичних інструментів.

- 1) ударно-клавішних;
- 2) смичкових;
- 3) щипкових;
- 4) струнних.

38. Найбільшу гігроскопічність із текстильних волокон має

- 1) вовна;
- 2) льон;
- 3) бавовна;
- 4) шовк.

39. Тканина із ткацьким візерунком у вигляді діагональних смуг, утворених переплетенням, називається

- 1) полотняною;
- 2) атласною;
- 3) дрібновізерунчастою;
- 4) саржевою.

40. До бавовняних платтєво-сорочкових тканин належать

- 1) бумазея, шотландка, кашемір;
- 2) міткаль, шифон, бязь;
- 3) ситець, бязь, сатин;
- 4) діагональ, молескін, трико.

41. Трикотажний виріб, що має суцільний стан, ви-сокий комір, пришивний рукав або реглан, – це

- 1) джемпер;
- 2) светр;
- 3) жакет;
- 4) жилет.

42. Фасон взуття визначається

- 1) видом крою;
- 2) кольором матеріалу верху;
- 3) формою носкової частини, формою і висотою підбора;
- 4) видом декоративного оздоблення.

43. Хутряний жіночий убір у вигляді хутряної шкурки з голівкою, лапками і хвостиком називається

- 1) горжет;
- 2) пелерина;
- 3) палантин;
- 4) муфта.

44. Сировиною для виготовлення парфумерних товарів є

- 1) настої лікарських рослин, ланолін, гліцерин, корисні добавки;
- 2) натуральні жири, силікат натрію, барвники;
- 3) синтетичні жирні кислоти, титанові білила, силікат натрію, парфумерна композиція;

4) запашні речовини, етиловий спирт, вода, барвники.

45. Квіткові й декоративно-листяні рослини за тривалістю вегетативного періоду поділяють на групи

- 1) однорічних, дворічних та багаторічних;
- 2) літників і дворічних;
- 3) багаторічних та літників;
- 4) дворічних, сухоцвітів та килимових.

Основи охорони праці

46. Поняття «праця» з фізіологічної точки зору – це

- 1) цілеспрямована діяльність, у процесі якої людина створює матеріальні блага;
- 2) діяльність, що має особливий характер і потребує певної організації;
- 3) витрати фізичної і розумової енергії людського організму;
- 4) необхідний і корисний процес, за певних умов якого людина може зазнавати дії небезпечних і шкідливих факторів виробничого середовища.

47. Обмежено використовувати працю жінок дозволяється на

- 1) важких роботах;
- 2) роботах зі шкідливими або небезпечними умовами праці;
- 3) роботах у нічний час;
- 4) підземних роботах.

48. Державну політику у галузі охорони праці визна-чає

- 1) Кабінет Міністрів України відповідно до Конституції України;
- 2) Кабінет Міністрів України відповідно до Закону України «Про охорону праці»;
- 3) Верховна Рада України відповідно до Конституції України;
- 4) Верховна Рада України відповідно до Закону України «Про охорону праці».

49. Інструктаж, що дозволяє проведення робіт, які фіксуються нарядам-допуском, називається

- 1) вступним; 3) позаплановим;
- 2) повторним; 4) цільовим.

50. Комісію з питань охорони праці підприємства створюють для

- 1) забезпечення пропорційної участі працівників у вирішенні будь-яких питань безпеки, гігієни праці та виробничої санітарії;
- 2) впровадження прогресивних технологій, досягнень науки і техніки;
- 3) забезпечення належного утримання будівель та устаткування;
- 4) розроблення колективного договору підприємства.

51. Органи громадського контролю за дотриманням законодавства про охорону праці не можуть здійснювати таких функцій:

- 1) зупиняти роботу виробництва, устаткування, які створюють загрозу життю людей;
- 2) проводити контроль за дотриманням законодавства про охорону праці;
- 3) контролювати забезпечення працівників спецодягом, спецвзуттям та іншими засобами індивідуального й колективного захисту;
- 4) пропагувати вимоги охорони праці.

52. До психофізіологічних небезпечних виробничих чинників належать

- 1) фізичне та розумове перенапруження, погані відносини у колективі, низький рівень оплати праці, низька кваліфікація працівників;
- 2) погані відносини між членами колективу, незадоволеність роботою, погана організація праці, фізична та словесна образа та її ризик, насильство та його ризик;
- 3) фізичні і нервово-психічні перевантаження;
- 4) низька кваліфікація працівників, недостатня нервово-емоційна стійкість, протиправні дії колег, велика тривалість робочого часу, запізнення на роботу.

53. Санітарні правила поширюються на

- 1) продовольчі бази, склади, сховища, продовольчі магазини, дрібнороздрібні підприємства;
- 2) продовольчі бази, склади, сховища, продовольчі магазини, дрібнороздрібні підприємства незалежно від їх відомчої приналежності;
- 3) продовольчі бази, склади, сховища, продовольчі магазини, дрібнороздрібні підприємства, холодильники незалежно від їх відомчої приналежності;
- 4) продовольчі бази, склади, сховища, продовольчі мага-зини, дрібнороздрібні підприємства (крім холодильників) неза-лежно від їх відомчої приналежності.

54. Працівники, які зайняті на роботах із підвищеною небезпекою, мають проходити спеціальне навчання і перевірку знань

- 1) щомісяця; 3) що півроку;
- 2) що три місяці; 4) щороку.

55. Не вважають джерелом інфрачервоного випромінювання ...

- 1) печі та відкриті отвори;
- 2) зварювальні роботи;
- 3) струмені розплавленого металу;
- 4) високовольтні лінії електропередач.

Організація і технологія торговельних процесів

56. Особливістю сучасного розвитку внутрішньої торгівлі є ...

- 1) середньорічні темпи зростання товарообороту;
- 2) зміна кон'юнктури ринку;
- 3) розвиток матеріально-технічної бази;
- 4) позитивна і стійка динаміка результативних показників торгівлі.

57. Надзвичайно важливою функцією торгівлі у нових умовах економічного розвитку є ...

- 1) обмін результатами праці;
- 2) доведення товарів зі сфери виробництва до сфери споживання;
- 3) активний вплив на виробництво і споживання;
- 4) отримання максимального прибутку.

58. Торгівля як сфера національної економіки за формою і змістом належить до ...

- 1) систем економічного розвитку;
- 2) складних соціально-економічних систем;
- 3) систем розвитку матеріально-технічного потенціалу;
- 4) систем розвитку національної економіки.

59. Підставою для розроблення кошторисно-проектної документації для проведення капітального ремонту будівлі магазину є ...

- 1) замовлення;
- 2) наказ керівника підприємства;
- 3) постанова правління;
- 4) дефектні відомості.

60. Торгівля за допомогою особливих прийомів і методів, які ґрунтуються на застосуванні електронних засобів передачі інформації, – це ...

- 1) електронна торгівля;
- 2) віртуальна торгівля;
- 3) пересувна торгівля;
- 4) торгівля через автомати.

61. Основними видами роздрібно-торговельної мережі є ...

- 1) торговельні павільйони, торговельні палатки, магазини;
- 2) роздрібні, оптові, дрібнороздрібні, дрібнооптові магазини;
- 3) стаціонарна, посилоква, електронна, напівстаціонарна, пересувна торгівля;
- 4) стаціонарна, роздрібна, віртуальна торгівля.

62. Стаціонарну, напівстаціонарну і пересувну роз-дрібну торговельну мережу поділяють за ...

- 1) принципом організації роботи;
- 2) ступенем сталості місцезнаходження;
- 3) характером роботи;
- 4) принципами надання послуг споживачам.

63. Стаціонарними роздрібними торговельними підприємствами є ...

- 1) електронні комерційні центри, електронні віртуальні магазини;
- 2) палатки, кіоски, павільйони;
- 3) павільйони, магазини, торговельні комплекси, торговельні центри;
- 4) автомати, палатки, торговельні місця.

64. На збереження якості товарів впливають ...

- 1) відстань стелажів від стін та опалювальних приладів, ширина проходів між штабелями і стелажима;
- 2) площа складських приміщень, види і порядок розміщення обладнання, його розміри;
- 3) спосіб укладання товарів на зберігання, режим та умови зберігання, освітлення приміщень, товарне сусідство й особливості властивостей;
- 4) асортимент і якість товарів, товарне сусідство й особливості властивостей.

65. Штабельний спосіб укладання товарів на зберігання застосовують для ...

- 1) усіх продовольчих товарів;
- 2) товарів легкої промисловості;

- 3) важких, великогабаритних товарів;
- 4) технічно складних товарів.

66. Порядок приймання товарів, доставлених до магазину в тарі-обладнанні, регламентує ...

- 1) договір про постачання товарів;
- 2) інструкція про приймання товарів за кількістю та якістю;
- 3) інструкція про особливості приймання товарів народного споживання, які доставляються в тарі-обладнанні;
- 4) інструкція про особливості постачання товарів народного споживання в тарі-обладнанні.

67. Органолептичним методом у магазині перевіряють ...

- 1) зовнішній вигляд, смак, запах, консистенцію;
- 2) властивості, запах, смак;
- 3) хімічний і фізичний склад;
- 4) зовнішній вигляд, комплектність.

68. Товари в магазині за якістю у разі іногородньої поставки приймають ...

- 1) у день надходження товарів;
- 2) не пізніше ніж за 10 днів із дня надходження товарів;
- 3) не пізніше ніж за 15 днів із моменту надходження товарів;
- 4) не пізніше ніж за 20 днів із моменту надходження товарів на склад товародержувача.

69. Технологія розвантаження товарів у магазині залежить від ...

- 1) властивостей товарів та виду транспорту;
- 2) виду тари, в яку упаковано товар;
- 3) виду транспорту, яким товар завезено до магазину, фізико-хімічних властивостей товарів, їх габаритів, величини площі магазину;
- 4) виду й габаритів товару, складу приміщень магазину, виду тари, виду транспорту, фінансового становища торго-вельного підприємства.

70. У разі встановлення розбіжностей за кількістю під час приймання товарів оформлюють ...

- 1) акт про приймання товарів за кількістю;
- 2) зустрічну прибуткову накладну;
- 3) договір про виявлені розбіжності в кількості товарів під час приймання;
- 4) акт про встановлення розбіжностей за кількістю під час приймання товарів.

71. Рівень культури торговельного обслуговування свідчить про ...

- 1) високу культуру праці працівників прилавка;
- 2) стан матеріально-технічної бази торговельного підприємства;
- 3) стійкість асортименту, рівень торговельного обслуговування й естетичного оформлення торговельного підприємства;
- 4) стан системи товаропостачання.

72. Метод продажу товарів – це сукупність ...

- 1) форм продажу товарів, наявність широкого асортименту, високі професійні знання і навички торговельного персоналу у використанні форм продажу;
- 2) елементів продажу товарів та культури праці працівників прилавка;
- 3) способів і прийомів, за допомогою яких забезпечується обслуговування покупців у процесі продажу товарів;
- 4) засобів, способів і прийомів, за допомогою яких здійснюється обслуговування населення працівниками торгівлі.

73. Приймаючи товари на комісію, у магазині оформлюють ...

- 1) договір комісії, квитанцію;
- 2) квитанцію у двох примірниках і товарний ярлик;
- 3) прибуткову накладну та цінник;
- 4) квитанції, ярлики та цінник.

74. До комісійних магазинів товари не приймають згідно з ...

- 1) постановою Кабінету Міністрів України;
- 2) наказом вищої організації, якій підпорядкований магазин;
- 3) правилами продажу непродовольчих товарів;
- 4) правилами комісійної торгівлі непродовольчими товарами.

75. Спеціалізовані магазини поділяють за ...

- 1) ступенем сталості місцезнаходження;
- 2) принципами організації роботи та форматом надання послуг;
- 3) товарною спеціалізацією і спеціалізацією за споживчими комплексами;
- 4) концентрацією торговельної мережі.

Комерційна діяльність

76. Сутність комерційної діяльності полягає в ...

- 1) отриманні прибутку;
- 2) встановленні ефективних зв'язків між виробництвом і споживанням;
- 3) доведенні товарів від виробника до споживача;
- 4) наданні додаткових послуг населенню.

77. За призначенням товари як об'єкти комерційної діяльності поділяються на ...

- 1) товари широкого вжитку і товари виробничого призначення;
- 2) непродовольчі, особистого використання, сімейного вжитку;
- 3) продовольчі, рослинного походження, тваринного походження;
- 4) сировину, інвентар, машини.

78. Послуга – це товар, ...

- 1) який реально проявляється у формі діяльності, роботи, тобто не в матеріально-речовій формі;
- 2) що його використовують у сфері виробничого спо-живання;
- 3) який переносить свою вартість повністю або частково на готовий продукт у процесі виробництва;
- 4) який відрізняється надзвичайно широкою та складною номенклатурою.

79. Принципи комерційної діяльності полягають в ...

- 1) економічній свободі, адаптивності, ефективності;
- 2) адаптивності, конкурентоспроможності;
- 3) економічній свободі, ефективності, адаптивності, конкурентоспроможності, ризикованості;
- 4) економічній свободі, ефективності, адаптивності, науковості.

80. Особливими видами об'єктів комерційної діяльності є ...

- 1) нерухомість, ремонтні роботи, туризм;
- 2) нерухомість, оренда;
- 3) консалтингові послуги, оренда;
- 4) рекреація, оренда.

81. Традиційними підприємствами оптового ринку є ...

- 1) вихідні, оптово-закупівельні, оптові й оптово-роздрібні;
- 2) виробничо-торговельні, сервісні бази і склади;
- 3) вихідні, оптові, виробничо-торговельні;
- 4) вихідні, оптово-закупівельні, оптово-торговельні, виробничо-торговельні, сервісні бази і склади. **82.**

Джерелами оптових закупівель товарів є ...

- 1) підприємства виробничого та аграрного секторів економіки, гуртові ярмарки, оптові посередники;
- 2) зовнішня торгівля;
- 3) продовольчі ринки;
- 4) консалтингові та аудиторські компанії.

83. Учасники ярмарку мають право ...

- 1) рекламувати свою продукцію, укласти договори купівлі-продажу товарів, договори від імені інших юридичних осіб, вимагати дотримання умов проведення ярмарку;
- 2) рекламувати свою продукцію, представляти зразки товарів, надавати повну інформацію про товар;
- 3) вимагати дотримання умов проведення купівлі-продажу, представляти зразки, каталоги, проспекти, інші матеріали;
- 4) укласти договори купівлі продажу, надавати повну інформацію про товар.

84. Біржові операції поділяються на ...

- 1) купівлю-продаж реального товару, хеджування ціно-вим ризиком, хеджування купівлею;
- 2) хеджування купівлею, хеджування продажем, спекулятивні операції, хеджування ціновим ризиком, купівлю-продаж реального товару;
- 3) «форвард», хеджування продажем, спекулятивні операції;
- 4) купівлю-продаж реального товару, хеджування про-дажем, «форвард».

85. Хеджування – це ...

- 1) страхування від втрат, спричинених зміною цін під час проведення ф'ючерсних обороток;
- 2) встановлення середніх цін на товари;
- 3) певна умова типового контракту;
- 4) надання довготривалого кредитування.

86. Стадіями проведення аукціону є ...

- 1) підготовка, огляд товарів, виконання аукціонної угоди;
- 2) підготовка аукціону, огляд товарів, аукціонний торг, виконання аукціонної угоди;
- 3) огляд товарів, аукціонний торг;
- 4) підготовка та виконання аукціонної угоди.

87. Метою організації міжнародних торгів є

- 1) підвищення ефективності закупівель, раціональне ви-користання коштів, запобігання економічно необґрунтованому завищенню цін на товари;
- 2) недопущення надходження на ринок України неякісної продукції, забезпечення оптимального рівня цін;
- 3) підвищення ефективності закупівель, раціональне використання коштів, забезпечення оптимального рівня цін, недопущення надходження на ринок України неякісної продукції, запобігання завищенню цін;
- 4) підвищення ефективності закупівель, запобігання зави-щенню цін на товари, раціональне використання коштів.

88. Поняття «специфікація» означає

- 1) розпорядчий документ, у якому покупець за договором зазначає своєму постачальникові, кому конкретно і на яку адресу, в які строки, кількості й асортименті він має відвантажити куплений покупцем товар;
- 2) невід'ємну частину договору, в якій обумовлюється кількість товарів, що підлягають поставці, розгорнутий асор-тмент із поквартальним розподілом і визначенням місячних поставок за строками, передбаченими у тексті договору;
- 3) нормативно-правовий документ, який містить усі необхідні реквізити;
- 4) цивільно-правовий документ, призначенням якого є правове закріплення відносно постійних взаємних економічних обов'язків між незалежними суб'єктами господарювання.

89. Прямі договірні зв'язки – це

- 1) безпосередні комерційні відносини між підприємствами – виробниками товарів та послуг і роздрібними торговельними підприємствами;
- 2) безпосередні комерційні відносини між оптовими базами та роздрібними торговельними підприємствами чи підприємствами ресторанного господарства;
- 3) спосіб передбачувати можливість своєчасної оплати товарів;
- 4) спосіб передбачувати можливість формування асорт-менту товарів у магазинах і забезпечення їх завезення з необхідною частотою.

90. На формування асортименту товарів в оптовій торгівлі впливають ... фактори.

- 1) виробничі, економічні;
- 2) транспортні, споживчі;
- 3) психологічні, естетичні;
- 4) виробничі й торговельні.

91. Біржовій торгівлі притаманні

- 1) купівля-продаж порівняно великих партій та біржовий оборот реального товару, ф'ючерсний ринок;
- 2) купівля-продаж не лише уже виготовленого товару, а й того, що буде виготовлений у перспективі;
- 3) багатоплановість ролей і широта функцій;
- 4) забезпечення дії механізму вільного ціноутворення.

92. За відомчою належністю господарські зв'язки поділяють на

- 1) прямі, опосередковані;
- 2) міжсистемні, внутрішньосистемні;
- 3) міждержавні;
- 4) прості, складні.

93. На процес товаропросування впливають ... фактори.

- 1) внутрішні, зовнішні;
- 2) виробничі, транспортні, торговельні, соціально-економічні;
- 3) товарні, соціальні;
- 4) соціальні, виробничі, цінові.

94. Успішність комерційної діяльності проявляється в... .

- 1) економічному і торговельному ефектах;
- 2) соціальному і завершальному ефектах;
- 3) економічному і соціальному ефектах;
- 4) економічному, локальному, соціальному, народногосподарському ефектах.

95. Адміністративно-законодавчі ризики виникають

- 1) унаслідок залежності людини і суспільного виробництва загалом;
- 2) у процесі реалізації товарів і послуг,;
- 3) у процесі здійснення товарообмінних операцій;
- 4) у разі реалізації незапланованих адміністративних обмежень господарської діяльності ринкових суб'єктів.

Основи маркетингу

96. Головна мета маркетингу – це

- 1) збут товарів;
- 2) зниження витрат виробництва;
- 3) підвищення якості товарів і послуг;
- 4) отримання прибутку шляхом задоволення потреб населення.

97. Еволюція маркетингу бере початок з

- 1) товарної концепції;
- 2) збутової концепції;
- 3) виробничої концепції;
- 4) концепції взаємодії.

98. Концепція маркетингу, що виникла останньою, – це

- 1) маркетинг відносин;
- 2) вдосконалення виробництва;
- 3) вдосконалення товару;
- 4) збутова концепція.

99. За способом встановлення ціни поділяються на

- 1) централізовані, договірні, вільні;
- 2) оптові, закупівельні, роздрібні;
- 3) світові, монопольні, картельні;
- 4) споживчі, оптові, роздрібні.

100. Найпоширенішою маркетинговою концепцією в Україні є

- 1) товарна концепція;
- 2) збутова концепція;
- 3) виробнича концепція;
- 4) концепція відносин.

101. Об'єктами маркетингу є

- 1) товари, послуги, люди та ідеї;
- 2) фірми, місця;
- 3) транспорт;
- 4) організації, підприємства.

102. До елементів комплексу маркетингу належать

- 1) продукт, ціна, розподіл, просування;
- 2) споживачі, конкуренти, посередники;
- 3) ринок, товар, ціна, просування;
- 4) потреби, витрати, зручність, комунікації.

103. Видами маркетингу залежно від об'єктів уваги та способів досягнення мети є

- 1) інтегрований, не інтегрований;
- 2) масовий, диференційований, цільовий;
- 3) мікрмаркетинг, макромаркетинг;
- 4) виробничий, ринковий, товарний, збутовий.

104. Для ремаркетингу характерний

- 1) негативний попит;
- 2) надмірний попит;
- 3) попит, що знижується;
- 4) попит, що повільно зростає.

105. Міжнародний маркетинг має такі різновиди:

- 1) мікрмаркетинг та макромаркетинг;
- 2) внутрішній та міжнародний маркетинг;
- 3) індивідуальний і диференційований маркетинг;
- 4) імпорتنний та експортний маркетинг.

106. У разі ірраціонального попиту застосовують

- 1) конверсійний маркетинг;
- 2) стимулювальний маркетинг;
- 3) ремаркетинг;
- 4) протидійний маркетинг.

107. Стимулювальний маркетинг застосовують

- 1) у разі негативного ставлення до товару;
- 2) за відсутності попиту на товар;

- 3) за максимального попиту;
- 4) коли попит на товар коливається.

108. Мета конверсійного маркетингу –

- 1) підтримування рівня попиту;
- 2) вирівнювання попиту;
- 3) подолання негативного попиту;
- 4) ліквідація попиту.

109. У ринкових ситуаціях демаркетинг використовують за умов

- 1) негативного попиту;
- 2) попиту, що постійно зменшується;
- 3) надмірного попиту;
- 4) попиту, що зростає.

110. Основними критеріями вибору сегмента є

- 1) його прибутковість, доступність каналів збуту, конкуренція в сегменті, його суттєвість;
- 2) швидкість реакції споживачів, розмір закупівель, оперативність посередників, кількість конкурентів;
- 3) розмір доходів споживачів, темпи розширення ринку, наявність нових потреб;
- 4) зменшення маркетингових витрат.

111. Формування сегмента ринку за рівнем доходу населення належить до ... ознаки.

- 1) географічної;
- 2) демографічної;
- 3) поведінкової;
- 4) психографічної.

112. Одна з переваг ціни «зняття вершків» полягає у

- 1) високій ціні, яка відлякує конкурентів;
- 2) можливості легко виправити помилку в ціноутворенні, оскільки покупці краще сприймають зниження, аніж підвищення ціни;
- 3) великих обсягах виробництва, які дають змогу загальною масою прибутку відшкодувати його втрату на окремому виробі;
- 4) зростанні обсягів виробництва, що забезпечує зниження витрат.

113. Для побудови відділу маркетингу на великих підприємствах із незначним асортиментом продукції та невеликою кількістю ринків рекомендується ... модель.

- 1) функціональна;
- 2) товарна;
- 3) орієнтована на споживачів;
- 4) орієнтована на ринки.

114. Особливість ціни як елемента комплексу маркетингу полягає у тому, що це

- 1) єдиний елемент, який приносить прибуток;
- 2) найвагоміший елемент комплексу маркетингу;
- 3) єдиний елемент, що його підприємство не контролює;
- 4) єдиний елемент, що підлягає державному регулюванню.

115. Використання короткострокових заходів, спрямованих на швидке реагування ринку на пропонування підприємством своєї продукції, називається

- 1) рекламою;
- 2) стимулюванням збуту;
- 3) публік рилейшнз;
- 4) персональним продажем.

Основи менеджменту

116. Менеджмент – це

- 1) наука управління;
- 2) практика управління;
- 3) спосіб мислення;
- 4) наука, що вивчає правила поведінки.

117. Рівнями управління менеджменту є

- 1) вища і нижча ланки;
- 2) вища, середня та нижча ланки;
- 3) низова, операційна та вища ланки.
4. Усі керівники належать до одного рівня управління, тобто вищої ланки.

118. Головним завданням менеджменту є

- 1) підвищення результативності й ефективності роботи фірми;

- 2) підвищення прибутковості;
- 3) унеможливлення ризиків;
- 4) страхування бізнесу.

119. Певну повноту влади і, відповідно, персональну відповідальність за доручену справу вищому керівництву надає принцип ...

- 1) науковості;
- 2) єдиноначальності;
- 3) єдності напрямів діяльності;
- 4) порядку.

120. Менеджмент починається із ...

- 1) правильної постановки цілей;
- 2) раціонального розподілу ресурсів;
- 3) стимулювання персоналу;
- 4) розроблення завдань.

121. Основними функціями торговельного підприємства є ...

- 1) фінансова, технічна й адміністративна;
- 2) торговельна, фінансова і підприємницька;
- 3) торговельна, технічна, фінансова, адміністративна та управлінська;
- 4) обслуговувальна, виробнича і технічна.

122. «Функція мотивації» – це ...

- 1) процес досягнення поставлених перед адміністрацією цілей;
- 2) спонукання себе до ефективної діяльності;
- 3) процес спонукання себе та інших до ефективної діяльності і досягнення поставлених перед організацією цілей;
- 4) спосіб впливу на персонал з метою досягнення цілей.

123. Поточний контроль в організації здійснюють ...

- 1) після виконання певних робіт;
- 2) до фактичного початку виконання певних робіт;
- 3) у ході проведення певних робіт;
- 4) тоді, коли зручно керівникові.

124. Основними складовими внутрішнього середовища підприємства є ...

- 1) місія, цілі, тактика, політика і завдання;
- 2) цілі, структура, завдання і тактика;
- 3) цілі, структура, завдання та політика;
- 4) цілі, структура, завдання, технологія та люди.

125. Цілі внутрішнього середовища підприємства – це ...

- 1) певні завдання;
- 2) певні орієнтири, бажані рубежі, яких воно прагне досягти;
- 3) певні кількісні показники;
- 4) певні якісні показники.

126. Поява нового товару на ринку належить до факторів зовнішнього середовища ...

- 1) держави;
- 2) політики;
- 3) конкурентів;
- 4) споживачів.

127. Останнім етапом процесу контролю є ...

- 1) затвердження стандартів;
- 2) порівняння показників;
- 3) впровадження корективів;
- 4) оцінка виконання.

128. Поточний контроль здійснюють ...

- 1) до виконання роботи;
- 2) паралельно з виконанням роботи;
- 3) після виконання роботи;
- 4) паралельно з початком роботи.

129. «Стиль керівництва» – це ...

- 1) гнучка поведінка керівника щодо своїх підлеглих, яка змінюється в часі і залежить від ситуації;
- 2) створення умов, необхідних для належного виконання поставлених завдань;
- 3) система заходів і способів, якими послуговується керівник для підвищення ефективності роботи;

4) манера поведінки керівника з підлеглими для досягнення цілей підприємства.

130. Стилями керівництва є ...

- 1) поведінковий, ситуаційний та примусовий;
- 2) автократичний, демократичний, ліберальний;
- 3) авторитарний, моніторний та еталонний;
- 4) інструментальний, інформаційний та керівний.

131. Положення, статуту, інструкції та правила належать до групи ... документів.

- 1) розпорядчих;
- 2) організаційних;
- 3) кадрових;
- 4) довідково-інформаційних.

132. В основі конфлікту лежить ситуація, що включає ...

- 1) протилежні цілі та засоби їх досягнення;
- 2) протилежні позиції сторін з якогось питання або протилежні цілі чи засоби їх досягнення у певних обставинах;
- 3) протилежні позиції сторін;
- 4) протилежні позиції різних сторін з якогось питання.

133. Під час вироблення рішення, прийнятного для усіх сторін, застосовують стиль вирішення конфлікту, що полягає у ...

- 1) компромісі;
- 2) вирішенні проблеми;
- 3) примушуванні;
- 4) згладжуванні.

134. Методи управління конфліктною ситуацією належать до ...

- 1) структурних;
- 2) міжособових;
- 3) функціональних;
- 4) технологічних.

135. Вид стресу, зумовлений високою відповідальністю за рішення, що їх приймають в умовах цейтноту, можна охарактеризувати як ... стрес.

- 1) фізичний;
- 2) психологічний;
- 3) управлінський;
- 4) емоційний.

Економіка торговельного підприємства

136. Підприємство – це ...

- 1) організація із підприємницьким характером діяльності;
- 2) організаційно відокремлена й економічно самостійна основна ланка виробничої сфери економіки;
- 3) організаційно відокремлена й економічно самостійна основна ланка економіки країни як у сфері виробництва, так і у сфері обігу та послуг;
- 4) самостійний суб'єкт господарювання, створений компетентним органом державної влади або органом місцевого самоврядування чи іншими суб'єктами для задоволення суспільних та особистих потреб шляхом систематичного здійснення виробничої, науково-дослідної, торговельної, іншої господарської діяльності.

137. Ознаками юридичної особи є ...

- 1) печатка, самостійний баланс;
- 2) рахунок в установах банку, ідентифікаційний код, баланс;
- 3) відокремлене майно, печатка, баланс;
- 4) відокремлене майно, печатка з найменуванням, ідентифікаційний код, рахунки в установах банку, самостійний баланс.

138. Макросередовище утворюють такі фактори:

- 1) природні, економічні умови; споживачі; конкуренти;
- 2) природні, економічні, екологічні, демографічні умови; політичне та міжнародне положення;
- 3) споживачі, конкуренти; екологічні умови, постачальники ресурсів;
- 4) споживачі, конкуренти; законодавчі та виконавчі органи; постачальники ресурсів; посередники із надання торговельних, маркетингових послуг.

139. До економічної роботи належить ...

- 1) ведення статистичного обліку та звітності, ведення бухгалтерського обліку та фінансової звітності;
- 2) збирання економічної інформації, аналіз і планування показників діяльності, оперативний контроль виконання планів, ведення статистичного обліку та звітності;
- 3) аналіз і планування показників господарсько-фінансової діяльності;

4) організація матеріально-технічного забезпечення підприємства, аналіз і планування показників діяльності підприємства.

140. Поняття «структура товарообороту» означає

- 1) кількість видів і груп товарів;
- 2) обсяг реалізації окремих груп та видів товарів;
- 3) питому вагу окремих товарів у загальному товарообороті;
- 4) відсоток виконання плану товарообороту.

141. Який взаємозв'язок між показниками роздрібногo товарообороту є правильним?

1. $T + Зп = Н + Зк$.
2. $T + Н = Зп + Зк$.
3. $T + Зк = Н + Зп$.
4. $T = Зп + Зк - Н$.

142. Товарні запаси поточного зберігання мають забезпечувати

- 1) підвищення попиту споживачів;
- 2) нормальний рівень продажу товарів у проміжку між завезенням товарів у віддалені райони;
- 3) сезонну торгівлю;
- 4) безперервний продаж товарів.

143. Методика аналізу товарних запасів на кінець кварталу є такою:

- 1) їх визначають відхиленням у сумі (фактичні товарні запаси на кінець кварталу мінус норматив товарних запасів наступного кварталу) та відхиленням у днях (відхилення в сумі ділять на одноденний плановий товарооборот наступного кварталу);
- 2) зіставляють суму фактичних товарних запасів на кінець кварталу з нормативом товарних запасів;
- 3) зіставляють фактичні товарні запаси у днях із нормативом у днях;
- 4) зіставляють суму фактичних товарних запасів на кінець кварталу з нормативом товарних запасів цього самого кварталу; далі визначають відхилення у днях у такий спосіб: відхилення в сумі ділять на одноденний фактичний товарооборот.

144. Як прискорення товарооборотності впливає на фінансові показники діяльності?

1. Збільшує витрати обігу і прибуток.
2. Зменшує витрати обігу і збільшує прибуток.
3. Збільшує потребу у кредитах і власних коштах.
4. Не впливає жодним чином.

145. Товарне забезпечення обороту – це

- 1) закупівля товарів у певному обсязі;
- 2) підпорядкована генеральній меті підприємства торговельна діяльність;
- 3) підпорядкована генеральній меті підприємства діяльність із закупівлі й доставки на підприємство товарних ресурсів у необхідних обсязі, асортименті і якості;
- 4) укладення договорів на постачання товарів.

146. Валовий прибуток за угодою визначають як різницю між

- 1) доходом від реалізації товарів без ПДВ за угодою і собівартістю цих товарів;
- 2) товарооборотом і витратами на збут;
- 3) товарооборотом і собівартістю;
- 4) валовим доходом і витратами.

147. Основним показником оцінки ефективності ко-мерційної угоди є рентабельність

- 1) товарообороту; 3) витрат;
- 2) закупівельного обороту; 4) власного капіталу.

148. Середньооблікову чисельність працівників визначають як

- 1) суму всіх явок на роботу, поділену на число відпрацьованих днів;
- 2) суму всіх явок і неявок на роботу, поділену на число відпрацьованих днів;
- 3) суму явок і неявок на роботу, поділену на число календарних днів періоду;
- 4) суму явок і неявок на роботу, помножену на число працівників.

149. Продуктивність праці у торгівлі визначають

- 1) сумою товарообороту на одного працівника прилавку;
- 2) сумою товарообороту на одного працівника;
- 3) сумою товарообороту на одного працівника за одиницю часу;
- 4) кількістю продукції за одиницю часу, що припадає на одного працівника.

150. Ріст продуктивності праці стимулює ... система оплати праці.

- 1) відрядна проста; 3) відрядно-преміальна;
- 2) почасова проста; 4) почасово-преміальна.

151. Заробітну плату продавців за відрядно-преміальної системи оплати праці обчислюють у такий спосіб:

- 1) кількість відпрацьованих годин множать на тарифну ставку;
- 2) до окладу додають премію за фактично відпрацьований час;
- 3) товарооборот множать на розцінку за 100 грн товарообороту, ділять на 100 і додають премію;
- 4) товарооборот множать на розцінку за 100 грн.

152. Фонд оплати праці не включає

- 1) основну заробітну плату;
- 2) додаткову заробітну плату;
- 3) інші заохочувальні та компенсаційні виплати;
- 4) оплату тимчасової непрацездатності.

153. Витратами торговельного підприємства є

- 1) собівартість реалізованих товарів;
- 2) грошова форма витрат живої та уречевленої праці з реалізації товарів;
- 3) грошова форма витрат живої праці з реалізації товарів;
- 4) грошова форма витрат уречевленої праці з реалізації товарів.

154. Складовими роздрібної ціни є

- 1) вартість сировини, націнка підприємства;
- 2) вартість сировини, прибуток підприємства;
- 3) оптова ціна, прибуток підприємства;
- 4) оптово-відпускна ціна без ПДВ, торговельна надбавка, ПДВ.

155. До торговельної надбавки не включають

- 1) витрати;
- 2) прибуток;
- 3) ПДВ;
- 4) податок з прибутку.