

**ВСЕУКРАЇНСЬКА ЦЕНТРАЛЬНА СПІЛКА СПОЖИВЧИХ ТОВАРИСТВ  
(УКРКООПСПІЛКА)  
САМАРІВСЬКИЙ КООПЕРАТИВНИЙ ФАХОВИЙ КОЛЕДЖ**



**ЗАТВЕРДЖУЮ**  
Директор коледжу

Любов ПІХОТІНА

15 квітня 2025 р.

**ТЕСТОВІ ЗАВДАННЯ  
ДЛЯ ПРОВЕДЕННЯ АТЕСТАЦІЇ СТУДЕНТІВ  
СПЕЦІАЛЬНОСТІ 076 ПІДПРИЄМНИЦТВО ТА  
ТОРГІВЛЯ**

Затверджено на засіданні циклової комісії  
комерційних та економічних дисциплін  
Протокол № 9 від 15 квітня 2025 року

## ТОВАРОЗНАВСТВО

### **1. Метою товарознавства є вивчення ... .**

- 1) основоположних характеристик товару, складових його споживної вартості, а також їх змін на всіх етапах руху товару;
- 2) споживних властивостей товару, що формують його споживну вартість;
- 3) товару на всіх етапах його життєвого циклу;
- 4) методів пізнання споживної вартості товарів.

### **2. Суб'єктами товарознавства є ... .**

- 1) виробники товарів, фахівці, споживачі;
- 2) товари та послуги;
- 3) засоби задоволення потреб споживачів;
- 4) методи теоретичного і практичного вивчення товару.

### **3. Товар – це ... .**

- 1) матеріальна продукція, призначена для обміну, продажу та купівлі;
- 2) предмет, явище, на яке спрямовано певну діяльність;
- 3) еквівалент споживної властивості продукції;
- 4) об'єкт продажу.

### **4. Потреба – це ... .**

- 1) об'єктивна необхідність чого-небудь для підтримання життєдіяльності та розвитку людини, колективу, нації, суспільства загалом;
- 2) відображення протиріччя між станом внутрішнього середовища організму і суб'єктом, що спонукає його до дії;
- 3) внутрішні спонукальні мотиви діяльності людей.
4. Усі відповіді є правильними.

### **5. Під час споживання продовольчих товарів людина задовольняє ... потребу.**

- 1) фізіологічну;
- 2) лікувально-профілактичну;
- 3) соціальну;
- 4) функціональну.

### **6. Непродовольчі товари задовольняють ... потреби.**

- 1) біологічні, соціальні й духовні;
- 2) біогенні та соціогенні;
- 3) престижні й духовні;
- 4) екзистенційні, соціальні та фізіологічні.

### **7. Товарознавство – це ... .**

- 1) наука про властивості товарів, їх особливості, якості методи реалізації;
- 2) наукова дисципліна, яка системно вивчає товари на всіх етапах їх життєвого циклу, методи пізнання їх споживної вартості (цінності), закономірності формування асортименту і вимог до якості для забезпечення ефективності їх виробництва, обігу і споживання;
- 3) наукова дисципліна про основоположні характеристики товарів, методи їх реалізації та особливості виготовлення.
4. Усі відповіді є правильними.

**8. Властивості товарів залежать насамперед від ... .**

- 1) натуральних властивостей сировини і матеріалів, структури і властивостей, що отримали виробу у процесі технологічної обробки;
- 2) складу і способу виробництва;
- 3) практичної корисності і зручності користування;
- 4) економічної ефективності, нешкідливості і технології виготовлення.

**9. Основою споживних властивостей товарів є ... .**

- 1) їх функціональні властивості;
- 2) їх фізіологічні властивості;
- 3) натуральні властивості матеріалів і виробів.
4. Усі відповіді є правильними.

**10. Натуральні властивості товарів за природою поділяють на ... .**

- 1) хімічні, фізичні та біологічні;
- 2) біологічні, функціональні і термічні;
- 3) фізичні та фізико-хімічні;
- 4) термічні та фізико-хімічні.

**11. До споживних властивостей призначення належать ... .**

- 1) властивості соціального призначення і функціональні;
- 2) психологічні та психофізіологічні;
- 3) досконалість виробничого виконання, функціональні;
- 4) екологічні та психологічні.

**12. До ергономічних властивостей належать ... .**

- 1) довговічність, строк служби, ресурс;
- 2) функціональність, збережність, безвідмовність;
- 3) гігієнічні, антропометричні, психологічні, психофізіологічні показники;
- 4) раціональність форми, стабільність товарного вигляду, інформаційна виразність.

**13. Основними показниками надійності товарів є ... .**

- 1) довговічність, безвідмовність, ремонтпридатність, збережність;
- 2) раціональність форми і досконалість виробничого виконання;
- 3) цілісність композиції, довговічність, строк служби ресурс;
- 4) інформаційна виразність, збережність, безвідмовність.

**14. Біологічна цінність продовольчих товарів – це ... .**

- 1) наявність речовин, які в результаті біологічного окиснення виділяють відповідну кількість енергії, потрібної для функціонування організму;
- 2) їх здатність задовольняти потребу людського організму в речовинах для побудови тканин і підтримання нормальних фізіологічних процесів;
- 3) відсутність шкідливих для людського організму речовин.
- 4) Усі відповіді є правильними.

**15. Енергетична цінність продовольчого товару характеризується ... .**

- 1) наявністю життєво важливих біологічно активних речовин;
- 2) якістю;
- 3) наявністю речовин, які в результаті біологічного окиснення виділяють відповідну кількість енергії, потрібної для функціонування організму;
- 4) наявністю комплексу простих і складних речовин.

**16. Лише продовольчим товарам притаманні ... .**

- 1) відповідність, гігієнічність, досконалість;
- 2) доброякісність, екологічність, відповідність;
- 3) засвоюваність, естетичність, раціональність;
- 4) доброякісність, біологічна й енергетична цінність.

**17. Якість продукції – це ... .**

- 1) кількісна характеристика ступеня її придатності для задоволення конкретного попиту в ній;
- 2) сукупність властивостей виробу, що визначають його здатність задовольняти певні потреби споживачів за призначенням;
- 3) сукупність властивостей і характеристик продукції, які визначають її здатність задовольняти обумовлені або передбачені потреби.
4. Усі відповіді є правильними.

**18. Комплексний показник якості характеризує ... .**

- 1) кілька властивостей продукції;
- 2) одну із властивостей продукції;
- 3) якість продукції;
- 4) якість продукції, взятої за еталон.

**19. Базовим показником якості є показник, який характеризує ... .**

- 1) найбільший ефект від експлуатації чи споживання продукції;
- 2) якість продукції, взятої за еталон;
- 3) колір конкретного зразка певної продукції;
- 4) відповідність якості вимогам нормативних документів.

**20. Які показники якості харчових продуктів умовно об'єднують у групу показників соціального призначення?**

1. Зовнішній вигляд, смак, консистенція.
2. Температура, відносна вологість повітря, строк зберігання.
3. Чіткість виконання інформаційних знаків, інформаційна виразність.
4. Відповідність товарів оптимальному асортименту, моральне старіння товару, супровідні соціальні ефекти, суспільна цілеспрямованість випуску товарів.

**21. Регламентоване значення показника встановлюють ... .**

- 1) нормативні документи;
- 2) виробник;
- 3) конкретна особа;
- 4) група виробників.

**22. Одиничний показник якості характеризує ... .**

- 1) кілька властивостей продукції;
- 2) рівень якості сукупної продукції підприємства;
- 3) властивість продукції конкретного підприємства;
- 4) одну із властивостей продукції.

**23. Сертифікат якості – це документ, який засвідчує ... .**

- 1) якість товару;
- 2) відповідність якості товару вимогам нормативних документів;
- 3) якість товару, що його експортують;

4) усі відповіді є правильними.

**24. Документ, який засвідчує відповідність якості товару вимогам нормативних документів, називається ... .**

- 1) сертифікат якості;
- 2) декларація відповідності;
- 3) сертифікат походження;
- 4) посвідчення якості продукції.

**25. Документ, у якому зазначено, з якої країни експортований товар, називається ... .**

- 1) сертифікат походження товару;
- 2) посвідчення якості продукції;
- 3) сертифікат якості;
- 4) сертифікат відповідності.

**26. Що називають вимогою до товарів?**

1. Кількісну характеристику будь-яких їх властивостей.
2. Особливості, яким має відповідати товар згідно з еталоном.
3. Особливості, яким має відповідати товар, щоб його можна було використовувати за призначенням протягом певного часу.
4. Усі відповіді є правильними.

**27. Вимоги до товарів поділяються на ...**

- 1) поточні, перспективні, загальні, специфічні;
- 2) соціальні, економічні, екологічні;
- 3) функціональні, технологічні, соціальні, загальні;
- 4) гігієнічні, економічні, екологічні, естетичні.

**28. Контроль якості товарів – це перевірка відповідності ... .**

- 1) якості товару затвердженому еталону;
- 2) інформації про якість товарів, одержаної розрахунковим шляхом;
- 3) кількісних і якісних характеристик товару вимогам нормативної документації.
4. Правильної відповіді немає.

**29. Якість продукції як економічна категорія характеризує ... .**

- 1) міру задоволення певної потреби, яка виявляється у споживанні;
- 2) ефективність використання матеріальних і трудових ресурсів, витрачених на виробництво товару;
- 3) сукупність техніко-експлуатаційних характеристик виробу;
- 4) сукупність властивостей виробу, що зумовлюють його придатність задовольняти певні потреби споживачів.

**30. Оптимальний рівень якості продукції – це такий рівень, ... .**

- 1) якого можна досягти у майбутньому з огляду на пріоритетні напрями й темпи розвитку науки і техніки;
- 2) який характеризує якість виробу певного виду, що виготовляє підприємство у поточному періоді;
- 3) який характеризує мінімальну величину загальних суспільних витрат на виробництво і споживання продукції;
- 4) за якого загальна величина суспільних витрат на виробництво і використання (експлуатацію) продукції за конкретних умов її споживання є мінімальною.

**31. Відносний рівень якості окремих видів нової продукції визначають ... .**

- 1) порівнянням їх техніко-експлуатаційних та економічних показників з абсолютними показниками якості найкращих аналогічних вітчизняних і зарубіжних зразків;
- 2) загальною величиною суспільних витрат на виробництво і використання (експлуатацію) продукції за конкретних умов її споживання;
- 3) обчисленням взятих для його вимірювання показників без їх порівняння з відповідними показниками аналогічних виробів;
- 4) мінімальною величиною загальних суспільних витрат на виробництво і споживання продукції.

**32. Оцінка відповідності продукції – це ... .**

- 1) створення системи єдиних правил, норм і вимог до продукції (послуги, процесу);
- 2) процес випробування продукції з метою підтвердження її відповідності конкретним стандартам або технічним умовам надання відповідного документа;
- 3) процедура документального засвідчення визнаному встановленому порядку органом відповідності продукції, систем якості, систем управління якістю, систем управління довіллям, персоналу встановленим законодавчим вимогам.
4. Правильної відповіді немає.

**33. Класифікація товарів – це ... .**

- 1) розподіл будь-яких об'єктів за спільними ознаками з утворенням системи класів (розрядів, груп) певної сукупності;
- 2) система емпіричного накопичення знань до рівня їх теоретичного синтезу для прогнозів стосовно невідомих фактів чи закономірностей;
- 3) розподіл угруповань за ідеалізованою моделлю або типом;
- 4) метод і результат наукового пізнання, джерело знань про об'єкти.

**34. Кодування товару – це ... .**

- 1) сукупність знаків, що їх застосовують для позначення об'єктів класифікації;
- 2) процес наскрізної послідовної реєстрації об'єктів;
- 3) процес створення і надання кодового позначення угрупованням чи об'єктам класифікації у вигляді знаків за певними правилами;
- 4) процес, що характеризує відношення кількості закодованих ознак до кількості знаків.

**35. Асортимент товарів – це ... .**

- 1) набір товарів різних груп, підгруп, видів і різновидів, що об'єднані за певною ознакою для характеристики складу товарної маси в різних умовах;
- 2) сукупність асортиментних груп товарів і товарних одиниць, що їх пропонує споживачеві конкретне підприємство;
- 3) група товарів, поділених за певною ознакою;
- 4) сукупність товарів певної галузі, поділених за обраними ознаками.

**36. До зерноборошняних товарів належать ... .**

- 1) крупи, борошно, макаронні вироби, хлібобулочні вироби;
- 2) макаронні вироби, печиво, кекси, рулети;
- 3) крупи, борошно, торти, тістечка;
- 4) хліб, бубличні вироби, вафлі, пряники.

**37. Споживні властивості круп залежать від ... .**

- 1) хімічного складу і засвоюваності окремих речовин, умов вирощування;
- 2) хімічного складу, енергетичної цінності, органолептичних показників, широти

використання, засвоюваності окремих речовин;

- 3) способу виготовлення, сорту і виду зерна;
- 4) умов вирощування зерна, виду зернової культури та її ботанічного сорту.

**38. Харчова цінність свіжих плодів та овочів зумовлена ... .**

- 1) енергетичною, біологічною, фізіологічною, лікувально-профілактичною цінністю й органолептичними показниками;
- 2) екологічною чистотою і безпечністю;
- 3) хімічним складом та енергетичною цінністю;
- 4) районом вирощування, структурно-механічними особливостями.

**39. За товарознавчою класифікацією свіжі фрукти поділяють на ... .**

- 1) насіннячкові, кісточкові, субтропічні, тропічні, горіхоплідні та ягоди;
- 2) цитрусові, плоди, ягоди;
- 3) апельсинові, цитрусові, тропічні;
- 4) кісточкові та насіннячкові.

**40. Залежно від того, яку частину рослин вживають, рослини поділяють на ... .**

- 1) вегетативні та плодові;
- 2) горіхоплідні та вегетативні;
- 3) бульбоплідні та плодові;
- 4) бульбоплоди та коренеплоди.

**41. Крохмаль – це ... .**

- 1) сипкий порошок білого або жовтуватого кольору, щоскладається з окремих крохмальних зерен;
- 2) порошок жовтого кольору;
- 3) сипкий порошок, що складається з окремих крупинок.
4. Усі відповіді є правильними.

**42. Цукор – це харчовий продукт, що складається ... .**

- 1) повністю із фруктози;
- 2) майже повністю із чистої сахарози;
- 3) повністю із чистої лактози;
- 4) із чистих фруктози і сахарози.

**43. Кондитерські товари – це такі харчові продукти:**

- 1) висококалорійні легкозасвоювані, зі значним вмістом цукру чи фруктози, приємного смаку і запаху;
- 2) зі значним вмістом вуглеводів, жирів і глюкози;
- 3) зі значним вмістом мінеральних речовин;
- 4) висококалорійні легкозасвоювані, зі значним вмістом цукру (фруктози), вуглеводів і глюкози, приємного смаку й аромату.

**44. Харчову цінність кондитерських товарів зумовлюють ... .**

- 1) висока енергетична цінність;
- 2) приємний смак та аромат;
- 3) привабливий зовнішній вигляд;
- 4) приємний смак та аромат, висока енергетична цінність, привабливий вигляд, легка засвоюваність організмом і значний вміст цукру.

**45. Кондитерський виріб із вмістом перероблених какао-бобів – це ... .**

- 1) цукерки, глазуровані шоколадом;

- 2) цукерки шоколадні;
- 3) шоколад;
- 4) вафлі шоколадні.

**46. Смакові товари класифікують на ... .**

- 1) алкогольні, безалкогольні напої, чай, кава, прянощі, приправи, тютюнові вироби;
- 2) алкогольні, слабоалкогольні, безалкогольні напої;
- 3) чай, кава, прянощі, приправи;
- 4) тютюнові вироби, алкогольні напої, соки.

**47. Харчову цінність вершкового масла зумовлюють такі ознаки:**

- 1) вміст жирів, білків, вітамінів, добра засвоюваність організмом;
- 2) приємний смак та аромат, добра засвоюваність організмом;
- 3) вміст мінеральних речовин, жирів, білків;
- 4) вміст ароматичних речовин і малий вміст води.

**48. За походженням і видами сировини розрізняють такі харчові жири:**

- 1) тваринні, рослинні, комбіновані;
- 2) кулінарні, кондитерські, майонез;
- 3) рослинні, маргарин, майонез;
- 4) тваринні, кулінарні, кондитерські.

**49. Продукт нового покоління, в якому вдало поєднані смак і корисні властивості, називається ... .**

1. маслом;
2. спредом;
- 3) маргарином;
- 4) молочним жиром.

**50. Під час визначення якості яєць приділяють увагу таким параметрам:**

- 1) зовнішній вигляд, забарвлення, стан білка і жовтка;
- 2) стан шкаралупи, жовтка, білка, маса і висота повітряної камери;
- 3) наявність тріщин, стан білка і жовтка, маса і стан зародка;
- 4) зовнішній вигляд, наявність тріщин, м'ятих боків.

**51. Харчову цінність м'яса забійних тварин зумовлює вміст таких складових:**

- 1) білків, жирів та мінеральних речовин;
- 2) білків, жиророзчинних, водорозчинних вітамінів;
- 3) білків, жирів;
- 4) білків, жирів, мінеральних, екстрактивних речовин та вітамінів.

**52. За термічним станом розрізняють м'ясо:**

- 1) заморожене, охолоджене, свіже;
- 2) охолоджене, тепле, заморожене, розморожене;
- 3) тепле, остигле, охолоджене, підморожене, заморожене, розморожене;
- 4) остигле, розморожене, заморожене, охолоджене.

**53. Харчову цінність ковбасних виробів зумовлюють такі чинники:**

- 1) привабливий зовнішній вигляд, приємний аромат;
- 2) вміст білків, вітамінів, мінеральних речовин;
- 3) привабливий зовнішній вигляд, вміст прянощів;
- 4) висока якість м'яса із додаванням висококалорійних продуктів, високоякісна основна і допоміжна сировина.

**54. Риба холодного копчення відрізняється від риби гарячого копчення ... .**

- 1) темнішим забарвленням;
- 2) м'якшою консистенцією м'яса;
- 3) щільнішою консистенцією, забарвленням поверхні та м'яса;
- 4) вмістом вітамінів та вуглеводів.

**55. Харчовими концентратами називають продукти ... .**

- 1) піддані первинній кулінарній обробці у виробничих умовах;
- 2) готові до безпосереднього приготування;
- 3) готові до вживання;
- 4) які швидко варяться.

**56. Оздоблення «ажур» – це ... .**

- 1) втиснутий у поверхню пластмаси рисунок із фольгою;
- 2) рисунок з отворами;
- 3) оздоблення за допомогою картинок;
- 4) наклеєний на виріб рельєфний візерунок.

**57. Посуд зі скла за призначенням поділяють на ... .**

- 1) столовий і господарський, художньо-декоративні вироби;
- 2) видувний, пресований і пресовидувний;
- 3) вироби для вживання їжі, подавання їжі та приготування їжі;
- 4) посуд штучний і комплектний.

**58. Характерні ознаки фаянсу:**

- 1) найбільша щільність і міцність черепка, висока білизна з блакитним відтінком;
- 2) жовтуватий відтінок білого черепка, глухий дзвін від ударів палички по виробу, що швидко згасає, не просвічується;
- 3) незначна міцність черепка, жовтуватий відтінок білого черепка, просвічування тонких шарів;
- 4) значний вміст каоліну, дзвінкість, білизна, просвічування тонких шарів, глухий дзвін від ударів.

**59. М'ясорубки, тертушки, шатківниці призначені для ... .**

- 1) подрібнення продуктів;
- 2) очищення овочів;
- 3) очищення фруктів;
- 4) приготування їжі.

**60. Будівельні матеріали за складом поділяють на ... .**

- 1) мінеральні та органічні;
- 2) природні кам'яні та мінеральні в'язучі;
- 3) керамічні та скляні;
- 4) металеві та дерев'яні.

**61. Для сну призначені меблі:**

- 1) комод, тахта, кушетка, диван;
- 2) кушетка, софа, диван, крісло;
- 3) ліжко, диван, софа, крісло-ліжко, диван-ліжко, стіл-ліжко;
- 4) крісло, секретер, банкетка, комод.

**62. За природою клейової речовини клеї поділяють на ... .**

- 1) мінеральні та природні;
- 2) синтетичні та мінеральні;
- 3) штучні та синтетичні;
- 4) рослинні й тваринні.

**63. Призначення вибілювачів:**

- 1) покращують запах і колір білизни після прання;
- 2) вибілюють тканини і відновлюють яскравість забарвлення;
- 3) надають тканині привабливого зовнішнього вигляду після прання;
- 4) дезінфікують і зафарбовують матеріали.

**64. Електронагрівальний прилад для підсмажування скибочок хліба називають ... .**

- 1) ростером;
- 2) тостером;
- 3) грилем;
- 4) мангалом.

**65. Електричні кухонні машини для оброблення продуктів у побуті слугують для ... .**

- 1) значного полегшення праці та скорочення часу приготування їжі;
- 2) покращення якості приготування їжі;
- 3) естетичного оформлення приготовленої їжі;
- 4) зручності у використанні.

**66. До волокон рослинного походження належать такі види текстильних волокон:**

- 1) вовна і натуральний шовк;
- 2) віскозні й ацетатні;
- 3) бавовна, льон і коноплеволокно;
- 4) вовна, льон і натуральний шовк.

**67. Ситці, бязі та сатини належать до ... підгрупи бавовняних тканин.**

- 1) платтяної; 3) костюмної;
- 2) платтяно-сорочкової; 4) білизняної.

**68. Витканий вручну високохудожній килим називають ... .**

- 1) гобеленом;
- 2) килимом жакардовим двополотним;
- 3) килимом аксмітерським;
- 4) веретою.

**69. Для новонароджених призначені такі основні види швейних виробів:**

- 1) сорочки, блузи, платтячка, штани;
- 2) сорочечки, повзуни, пелюшки, чепчики, підгузки, простирадла і підковдри дитячі, пінетки;
- 3) сорочки, блузи, повзуни, пелюшки;
- 4) костюми, сорочки, блузи, сукні.

**70. Трикотаж – це ... .**

- 1) в'язане полотно або вибір, що складається із петель, з'єднаних між собою й утворених однією або багатьма нитками;
- 2) вироби, виготовлені за технологією швейного виробництва;
- 3) вироби, виготовлені за технологією трикотажного виробництва;
- 4) одяг, виготовлений на підприємствах легкої промисловості за технологією швейного і трикотажного виробництва.

**71. Естетичні властивості хутряних товарів характеризують ... .**

- 1) відповідність виробу естетичним смакам і потребам споживачів;
- 2) відповідність зручності розкroювання;
- 3) можливість складання і набирання шкур на виріб;

4) масу виробу.

**72. Споживні властивості взуття зумовлені ... .**

- 1) естетичністю, ергономічністю, надійністю;
- 2) збереженістю, ремонтпридатністю, надійністю;
- 3) зручністю користування, довговічністю;
- 4) гігієнічністю, естетичністю, збереженістю.

**73. Із якою кількістю аркушів виготовляють учнівські зошити?**

1. 12, 18, 24.
2. 18, 24, 30.
3. 12, 14, 16.
4. 12, 16, 18.

**74. Ювелірна прикраса на шию зі вставленою мініатюрою називається ... .**

- 1) кольє;
- 2) кулоном;
- 3) підвіскою;
- 4) медальйоном.

**75. Засобами догляду за зубами і порожниною рота є ... .**

- 1) лосьйони, туалетні води, зубні пасти;
- 2) зубні пасти і порошки, еліксири і бальзами;
- 3) одеколони, емульсії, еліксири;
- 4) лосьйони, емульсії, зубні пасти і порошки.

## ОРГАНІЗАЦІЯ І ТЕХНОЛОГІЯ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПРОЦЕСІВ

### **1. За принципами організації роботи роздрібних торговців поділяють на ... .**

- 1) роздрібних і оптових;
- 2) роздрібних і дрібнороздрібних;
- 3) роздрібних, дрібнороздрібних і віртуальних.
4. Усі відповіді є правильними.

### **2. Спеціалізованими роздрібними торговельними підприємствами є ... .**

- 1) універмаг, універсам, гастроном, супермаркет, гіпермаркет;
- 2) «Взуття», «Тканини», «Меблі», «Книжки»;
- 3) «Чоловічі сорочки», «Жіноче взуття», «Сири», «Ковбаси»;
- 4) «Парфумерія-галантерея», «Овочі-фрукти», «М'ясо-риба».

### **3. Магазины місцевого значення ... .**

- 1) розташовані всередині житлових мікрорайонів і зон міста, забезпечують обслуговування мешканців цих мікрорайонів у межах пішохідної доступності;
- 2) розташовані переважно в центрі міста й обслуговують мешканців усього міста;
- 3) розташовані в центрі міста й обслуговують мешканців лише центральної частини міста;
- 4) розташовані в центрі одного з населених пунктів, обслуговують мешканців ще кількох прилеглих населених пунктів.

### **4. Тип магазину, в якому товари повсякденного попиту реалізують за порівняно низькими цінами або з наданням постійних торговельних знижок – це:**

- 1) гіпермаркет;      3) мінімаркет;
- 2) дискаунт;      4) торговельний центр.

### **5. Архітектурно та художньо оздоблена внутрішня частина магазину – це його ... .**

- 1) інтер'єр;
- 2) екстер'єр;
- 3) дизайн;
- 4) планування.

### **6. Розміри, форми і пропорції торговельних зал мають забезпечувати ... .**

- 1) оптимальні умови для торговельно-технологічного процесу;
- 2) максимальні зручності для покупців, коли вони придбавають товари;
- 3) ефективне використання площі під викладку товарів;
- 4) найкоротші шляхи руху товарів із приміщень для приймання й підготовки товарів до продажу до місць їх реалізації.

### **7. Найбільш раціональним плануванням торговельних зал магазинів самообслуговування є ... .**

- 1) лінійне;
- 2) острівне;
- 3) боксове;
- 4) комбіноване.

### **8. Технологічними операціями з безпосереднього обслуговування покупців у магазинах є ... .**

- 1) викладання товарів у торговельній залі;
- 2) самостійний відбір товарів покупцями або відпуск товарів, викладених на робочому місці продавця;
- 3) надання покупцям додаткових послуг.
4. Усі відповіді є правильними.

**9. Попереднє приймання товарів на торговельному підприємстві відбувається ... .**

- 1) одразу під час надходження товарів;
- 2) під час відкриття тари;
- 3) протягом 24 годин з моменту їх надходження;
- 4) не пізніше 10 днів з моменту їх надходження.

**10. Під час приймання товарів за якістю перевіряють:**

- 1) маркування і кількість тарних місць;
- 2) комплектність і кількість одиниць товару в кожному тарному місці та масу нетто;
- 3) цілісність тари, маркування, кількість тарних місць, визначають масу брутто;
- 4) якість товару, тари, упаковки.

**11. Які види товарних втрат виникають у процесі зберігання та реалізації товарів у магазині?**

1. Нормовані, ненормовані, відходи.
2. Заважування тари, усихання.
3. Природні втрати, псування товарів.
4. Розпилювання, розливання, усихання, бій, лом.

**12. Товарну викладку в магазинах самообслуговування формують із товарів ... запасу.**

- 1) робочого; 3) резервного;
- 2) виставкового; 4) виставкового і робочого.

**13. Основними процедурами мерчандайзингу є ... .**

- 1) розміщення товару у торговельній залі;
- 2) контроль своєчасного поповнення товарних запасів, особливо наявності товару у потрібній кількості у торговельній залі;
- 3) оцінка справедливості ціни на товар, зазначеної на ціннику.
4. Усі відповіді є правильними.

**14. Роздрібний продаж товарів відбувається у таких формах:**

- 1) продаж за зразками і через прилавок;
- 2) традиційний продаж за готівку і за безготівковим розрахунком;
- 3) магазинний, особливий і традиційний;
- 4) магазинний, позамагазинний та особливий.

**15. Обміняти товари, що не підійшли за формою, фасоном чи кольором, можна протягом ... .**

- 1) 10 днів;
- 2) 14 днів;
- 3) 20 днів;
- 4) двох місяців.

**16. Під час розміщення товарів на зберігання враховують:**

- 1) фізико-хімічні властивості;
- 2) тривалість зберігання, послідовність і черговість реалізації та відпуску;
- 3) біологічні властивості;
- 4) якість товарів і строки їх зберігання.

**17. Склад – це приміщення або комплекс приміщень, призначених для ... .**

- 1) накопичення товарних запасів і забезпечення режиму зберігання;
- 2) підсортування і підготовки товарів до продажу;

- 3) комплектування замовлень і товаропостачання роздрібною торговельною мережі.
4. Усі відповіді є правильними.

**18. Тара за товарною спеціалізацією поділяється на ... .**

- 1) спеціальну та загальну;
- 2) універсальну та спеціалізовану;
- 3) продовольчу і для продукції легкої промисловості;
- 4) діжки, ящики та мішки.

**19. Тара багаторазового використання, що підлягає поверненню постачальникові і повторному використанню, називається ... .**

- 1) зворотною;
- 2) безповоротною;
- 3) інвентарною;
- 4) разового використання.

**20. Для транспортування товарів на підприємства роздрібною торговельною мережі найчастіше використовують ... транспорт.**

- 1) автомобільний;
- 2) залізничний;
- 3) річковий.
4. Усі відповіді є правильними.

## КОМЕРЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ

### **1. Комерційна діяльність – це ... .**

- 1) організація комерційних процесів, операцій, спрямованих на забезпечення системи товарно-грошового обігу;
- 2) діяльність у сфері торгівлі;
- 3) підприємницька діяльність з метою одержання прибутку;
- 4) спосіб реалізації комерційних відносин, які в умовах ринково орієнтованої економіки стають домінуючими.

### **2. Основна мета комерційної діяльності – ... .**

- 1) обмін товарів і послуг на гроші;
- 2) отримання прибутку через задоволення купівельного попиту за високої культури обслуговування;
- 3) послідовне виконання комерційних операцій;
- 4) купівля-продаж товарів.

### **3. Оптово-торговельним називають підприємство ... .**

- 1) оптового ринку, яке самостійно набуває права власності на товар і спеціалізується на оптовій торгівлі, виконуючи повний комплекс закупівельно-збутових і складських технологічних операцій;
- 2) яке провадить оптово-роздрібну торгівлю на принципі самоокупності;
- 3) діяльність якого полягає у закупівлі товарів у виробничих та оптових підприємств міжрегіонального значення;
- 4) яке покликане обслуговувати потреби відомчої торговельної мережі.

### **4. Функції комерційних служб:**

- 1) ринково-організаційні, закупівельні, реалізаційні;
- 2) закупівельні, виробничі, торговельні;
- 3) ринкові, закупівельні, торговельні;
- 4) торговельні і рекламно-інформаційні.

### **5. Господарські зв'язки – це система ... .**

- 1) економічних відносин, що виникають між учасниками просування товарів від виробника до оптового підприємства;
- 2) збалансованості попиту і пропозиції на ринку;
- 3) економічних відносин розподілу, обміну і споживання, що виникають між учасниками просування товарів від виробника до споживача;
- 4) встановлення раціональних господарських зв'язків між суб'єктами ринку.

### **6. Господарський договір – це ... .**

- 1) цивільно-правовий документ для правового закріплення відносно постійних взаємних економічних обов'язків між незалежними суб'єктами господарювання;
- 2) різновид господарського договору, в якому акцент зміщується на певні умови взаємовідносин;
- 3) різновид господарського договору, в якому акцент зміщується на певні права чи зобов'язання сторін;
- 4) різновид господарського договору, в якому акцент переноситься зі строків і характеру взаємодії суб'єктів на предмет цієї взаємодії.

### **7. Організація оптових закупівель – це ... .**

- 1) процес ухвалення комерційного рішення про відбір конкретних товарів;

- 2) процес ухвалення комерційного рішення, що констатує наявність ринкової потреби у певних товарах і здійснює відбір конкретних товарів та їх постачальників із числа наявних на ринку;
- 3) процес визначення обсягів і структури асортименту товарів для закупівлі;
- 4) комплекс рішень для впливу на роздрібну торгівлю щодо формування торговельного асортименту.

#### ***8. Перелічить етапи вибору постачальника.***

1. Конкурсні торги, участь у ярмарках і виставках, листування.
2. Визначення й оцінка вимог покупців, типів закупівлі, дослідження ринку, ідентифікація усіх можливих постачальників, попередня оцінка можливих джерел, остаточний вибір постачальників, доставка товарів і супровідний сервіс, контроль та оцінка виконання закупівель.
3. Визначення типів закупівлі, ідентифікація усіх можливих постачальників, попередня оцінка можливих джерел, остаточний вибір постачальників.
4. Аналіз інформації, складання бази даних, визначення критеріїв, встановлення господарських зв'язків.

#### ***9. Асортиментна політика – це ... .***

- 1) комплекс заходів щодо управління асортиментом товарів;
- 2) визначення оптимальної широти і глибини асортименту товарів;
- 3) забезпечення відповідності товарного асортименту характеру попиту населення;
- 4) максимальне наближення товарів простого асортименту до покупців і концентрація складного асортименту.

#### ***10. Оберіть принципи формування асортименту товарів на оптовому підприємстві.***

1. Відповідність товарного асортименту характеру й особливостям попиту населення, економічна ефективність роботи оптового підприємства.
2. Концентрація товарів повсякденного попиту, вивчення глибини і стійкості асортименту.
3. Визначення оптимальної широти і глибини товарного асортименту, його відповідність особливостям попиту, забезпечення стійкого асортименту, економічна ефективність роботи оптового підприємства.
4. Пропускна спроможність, транспортні умови, рентабельна діяльність підприємства.

#### ***11. Товарні запаси – це ... .***

- 1) повний перелік усіх товарних позицій, затверджених до продажу на конкретному торговельному підприємстві на певний період часу з огляду на вимоги асортиментної політики торговельної компанії та особливості її формату і розташування;
- 2) підбір або набір різноманітних товарів, об'єднаних певною споживчою, торговельною або виробничою ознакою;
- 3) реалізація товарів населенню для особистого споживання в обмін на його грошові доходи, а також продаж товарів ринкового фонду організаціям і установам для колективного споживання і задоволення їх господарських потреб;
- 4) маса товарів, що перебуває у сфері обігу в процесі переміщення від виробництва до споживання, призначена для наступного продажу і безперебійної торгівлі.

#### ***12. Суть оптового продажу товарів:***

- 1) товари продають не для особистого споживання, а для подальшого перепродажу у сфері обігу;
- 2) товари продають споживачам через посередника;
- 3) виробничі підприємства безпосередньо продають товари у роздрібну торговельну мережу;
- 4) товари з оптових баз продають безпосередньо споживачам.

#### ***13. Комерційна робота з оптового продажу передбачає ... .***

- 1) визначення цільового ринку, маркетингові дослідження, використання системи маркетингової інформації, формування товарного асортименту і комплексу послуг, розроблення програми стимулювання збуту;
- 2) пошук оптових покупців, встановлення господарських зв'язків, розроблення договорів, організацію безпосередньо продажу товарів, вибір його форм і методів, надання послуг, рекламно-інформаційну роботу, облік і контроль продажу товарів;
- 3) пошук оптових покупців, встановлення господарських зв'язків, розроблення договорів, облік і контроль продажу товарів;
- 4) визначення цільового ринку, формування комплексу послуг, розроблення програми стимулювання збуту.

**14. Товаропостачання роздрібною торговельною мережі – це ... .**

- 1) комплекс комерційних і технологічних операцій, спрямованих на доведення товарів до роздрібною торговельною мережі в кількості й асортименті, що відповідають попиту населення;
- 2) організація доставки товарів від посередника до магазину;
- 3) раціональна схема доставки товарів від виробника до кінцевого споживача;
- 4) організація завезення товарів до роздрібних торговельних підприємств.

**15. Роздрібна торгівля – це ... .**

- 1) будь-яка діяльність із продажу і просування товарів;
- 2) будь-яка діяльність із продажу товарів і послуг безпосередньо кінцевим споживачам для їх особистого використання або з метою подальшого перепродажу;
- 3) будь-яка діяльність із продажу товарів і послуг безпосередньо кінцевим споживачам для їх особистого використання;
- 4) підприємницька діяльність із продажу товарів і послуг на підставі усного або письмового договору купівлі-продажу безпосередньо громадянам та іншим кінцевим споживачам для їх особистого некомерційного використання незалежно від форм розрахунків.

**16. Послуги за функціональним призначенням поділяються на ... .**

- 1) виробничі, транспортні, вантажно-розвантажувальні, комплектувальні, консультаційні;
- 2) платні і безплатні;
- 3) обов'язкові та рекомендовані;
- 4) пов'язані з купівлею, не пов'язані з купівлею.

**17. Ризик, що виникає внаслідок будь-яких видів діяльності, пов'язаних із виробництвом продукції, товарів, послуг, їх реалізацією, товарно-грошовими і фінансовими операціями, комерцією, втіленням соціально-економічних і науково-технічних проєктів, називається ... .**

- 1) економічним; 3) виробничим;
- 2) фінансовим; 4) комерційним.

**18. Систематизований перелік усіх асортиментних груп і товарних одиниць, що їх виробник пропонує для реалізації, – це ... .**

- 1) товарний асортимент;
- 2) асортиментна група;
- 3) товарна номенклатура;
- 4) асортиментна позиція.

**19. Типи оптових закупівель товарів:**

- 1) перекупівлі, модифіковані та нові закупівлі;
- 2) ярмаркові та позаярмаркові;
- 3) закупівля однією великою партією, постачання товару невеликими партіями протягом певного періоду;
- 4) отримання товарів за потреби; разові закупівлі; щоденні (щотижневі тощо) закупівлі.

**20. Ассортиментна матриця – це ... .**

- 1) перелік товарів;
- 2) групування однорідних товарів, що їх розрізняють за видами, моделями, розмірами, кольорами та іншими ознаками;
- 3) повний перелік усіх товарних позицій, затверджених до продажу на конкретному торговельному підприємстві на певний період відповідно до його асортиментної політики й особливостей формату і розташування;
- 4) концентрація асортименту на конкретному торговельному підприємстві.

## ОСНОВИ МАРКЕТИНГУ

### **1. До найважливіших елементів маркетингу належать ... .**

- 1) маркетингова інформація, ціна, обладнання;
- 2) технології, товар, розподіл, просування;
- 3) товар, ціна, розподіл, просування;
- 4) просування, товар, технології, ціна.

### **2. Мікросередовищем маркетингу є ... .**

- 1) постачальники, консультанти, спонсори, контактні аудиторії;
- 2) споживачі, конкуренти, постачальники, посередники, контактні аудиторії;
- 3) економічні оглядачі, місцеві мешканці, посередники, конкуренти;
- 4) фінансові консультанти, споживачі, постачальники, конкуренти.

### **3. Еволюція концепції маркетингу починається із ... .**

- 1) виробничої;
- 2) збутової;
- 3) традиційної;
- 4) товарної.

### **4. Маркетингова концепція товару складається з таких рівнів:**

- 1) розроблення товарної марки, упаковки, товарного знака;
- 2) товар за задумом фірми, товар у реальному виконанні, товар із підкріпленням;
- 3) розроблення марочного імені, товарного знака;
- 4) товар за задумом фірми, товар із підкріпленням, розроблення упаковки.

### **5. Основна риса сучасного маркетингу – ... .**

- 1) масовість;
- 2) інноваційність;
- 3) вдосконалення;
- 4) взаємодія.

### **6. Об'єкти маркетингу:**

- 1) підприємства оптової і роздрібною торгівлі;
- 2) фірми, компанії;
- 3) громадські організації, приватні підприємства;
- 4) споживачі, конкуренти, посередники.

### **7. «Ринок продавця» передбачає ... .**

- 1) перевищення товарної пропозиції над попитом;
- 2) значну конкуренцію виробників товарів;
- 3) наявність на ринку товарного дефіциту;
- 4) падіння цін на товари.

### **8. Унаслідок ринкової ситуації, коли пропозиція перевищує попит, ... .**

- 1) скорочується виробництво;
- 2) зростають ціни на товари;
- 3) відбувається надвиробництво товарів;
- 4) розвивається спекуляція.

**9. Концепція маркетингу, що враховує потреби і бажання не лише окремих споживачів, а й суспільства загалом, – це:**

- 1) удосконалення товару;
- 2) інтенсифікація комерційних зусиль;
- 3) удосконалення виробництва;
- 4) соціально-етична.

**10. Марочний знак – це:**

- 1) літери, слова та їх комбінації, що їх можна вимовити;
- 2) частина марки, що є пізнаваною, але не вимовною;
- 3) марка або її частина, захищена юридично;
- 4) назва, термін, знак, символ або малюнок, призначені для ідентифікації.

**11. Етапи життєвого циклу товарів відбуваються у такій послідовності:**

- 1) зростання, вихід на ринок, зрілість, спад;
- 2) насичення, зростання, вихід на ринок, зрілість, спад;
- 3) зростання, вихід на ринок, насичення, зрілість, спад;
- 4) вихід на ринок, зростання, зрілість, насичення, спад.

**12. Метод збирання інформації про поводження досліджуваних об'єктів, що передбачає встановлення контролю над усіма факторами, які впливають на функціонування цього об'єкта, називається ...**

- 1) експеримент;
- 2) спостереження;
- 3) імітація;
- 4) опитування.

**13. Що означає поняття «бренд»?**

1. Торговельна марка, що у свідомості споживача асоціюється з певними перевагами або вигодами.
2. Товарний знак.
3. Систематичне управління торговельною маркою компанії.
4. Юридичний термін, що засвідчує право власності підприємства на певну назву, емблему, дизайн.

**14. Внутрішніми факторами, що впливають на політику ціноутворення, є ... .**

- 1) кон'юнктура і динаміка ринку;
- 2) мета, рівень витрат і маркетингова стратегія підприємства;
- 3) цінова еластичність попиту і ціни конкурентів;
- 4) конкурентна позиція підприємства і стадія життєвого циклу товару.

**15. Суб'єктами заходів стимулювання збуту є ... .**

- 1) кінцеві споживачі, посередники;
- 2) торговельний персонал і кінцеві споживачі;
- 3) виробники товарів, торговельні посередники;
- 4) виробники і кінцеві споживачі товарів.

**16. Дворівневий канал складається із ... .**

- 1) виробника – споживача;
- 2) виробника – оптового посередника – оптово-роздрібного посередника – роздрібного посередника – споживача;
- 3) виробника – посередника – споживача;
- 4) виробника – оптового посередника – роздрібного посередника – споживача.

**17. Процес забезпечення взаємодії суб'єктів пропозиції товару з іншими суб'єктами ринку – це ... .**

- 1) маркетингові комунікації;
- 2) маркетингова політика комунікацій;
- 3) завдання маркетингової політики комунікацій;
- 4) комунікація.

**18. Метод збирання інформації шляхом встановлення контактів із об'єктами дослідження називається ... .**

- 1) опитування;
- 2) імітація;
- 3) експеримент;
- 4) спостереження.

**19. В Україні найпоширенішою маркетинговою концепцією є ... .**

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

**20. Найбільший прибуток отримується на етапі життєвого циклу товарів під назвою ... .**

- 1) зростання;
- 2) впровадження;
- 3) зрілість;
- 4) спад.

## ОСНОВИ МЕНЕДЖМЕНТУ

### **1. Менеджмент – це ... .**

- 1) сукупність раціональних методів та організаційних прийомів управління фірмою в ринкових умовах;
- 2) свідомий вплив людини на об'єкти, процеси і людей;
- 3) наука, що вивчає правила корпоративної поведінки.
4. Правильної відповіді немає.

### **2. Залежно від рівня управління виділяють менеджерів ... рівнів.**

- 1) вищого, середнього і найнижчого;
- 2) вищого, середнього і нижчого;
- 3) вищого, середнього;
- 4) вищого і найнижчого.

### **3. Організація як об'єкт управління – це група людей ... .**

- 1) які разом працюють;
- 2) діяльність яких свідомо координується для досягнення загальної мети;
- 3) які перебувають у неформальних відносинах;
- 4) що виникла спонтанно.

### **4. Планування в управлінні – це ... .**

- 1) встановлення мети організації;
- 2) розроблення стратегії і тактики діяльності, орієнтована на досягнення мети менеджменту;
- 3) раціональний розподіл наявних ресурсів;
- 4) конкретизація мети управління в системі показників соціально-господарської діяльності підприємства.

### **5. Стратегія організації – це ... .**

- 1) всебічний комплексний план, призначений для реалізації місії і досягнення мети;
- 2) комплексний план для отримання прибутків у перспективний період;
- 3) план реалізації мети;
- 4) поточні плани для досягнення мети.

### **6. Усі теорії мотивації поділяються на ... .**

- 1) процесійні та змістовні;
- 2) процесійні і теорії очікувань;
- 3) змістовні і комплексні.
4. Усі відповіді є правильними.

### **7. Потреби у ... є вторинними.**

- 1) їжі та воді;      3) повазі та успіху;
- 2) диханні і сні;    4) їжі, воді та самовираженні.

### **8. За теорією А. Маслоу, до п'яти основних потреб належать:**

- 1) фізіологічні, статеві, симптоматичні, альтруїстичні, потреби практичного характеру;
- 2) фізіологічні, потреба у безпеці та впевненості у майбутньому, соціальні, потреби у повазі, самовираженні;
- 3) матеріальні, нематеріальні, соціальні, у повазі, самовираженні;

4) процесійні, змістовні, у повазі, соціальні, фінансові.

**9. Поточний контроль проводять ... роботи.**

- 1) до виконання;
- 2) паралельно з виконанням;
- 3) після виконання.
4. Узагалі не проводять в організаціях.

**10. Функція контролю – це здатність управління ... .**

- 1) виявити проблему незалежно від того, чи вирішують її завчасно;
- 2) виявити проблему і відповідно скоригувати діяльність організації до того, як вона переросте у кризу;
- 3) наглядати за діями працівників;
- 4) забезпечити виконання завдань організації.

**11. Контроль має бути ... .**

- 1) достатньо гнучким і пристосованим до змін, що відбуваються;
- 2) сталим, незалежним від того, які зміни відбуваються;
- 3) жорстким і принциповим.
4. Усі відповіді є правильними.

**12. Метод управління – це ... .**

- 1) сукупність прийомів цілеспрямованої дії на виробничий колектив чи окремих його членів;
- 2) сукупність способів досягнення будь-якої мети;
- 3) сукупність засобів, які забезпечують досягнення поставленої мети;
- 4) способи ліквідації відхилень від програми дій.

**13. Методи управління трудовим колективом бувають ... .**

- 1) фінансові, адміністративні, соціальні;
- 2) фінансові, організаційні, соціального розвитку колективу;
- 3) економічні, організаційно-розпорядчі, соціальні;
- 4) психологічні, фінансові, організаційні.

**14. Одноосібними управлінськими рішеннями є ... .**

- 1) накази, розпорядження, вказівки та резолюції менеджерів;
- 2) постанови, розпорядження і приписи;
- 3) постанови і накази;
- 4) накази і вказівки.

**15. Управлінське рішення – це ... .**

- 1) форма впливу керівної системи на керовану з метою досягнення поставленої мети;
- 2) засіб впливу керівної системи на керовану;
- 3) метод впливу керівної системи на керовану;
- 4) метод впливу керівника організації на підлеглих.

**16. Комунікаційний процес – це обмін інформацією ... .**

- 1) між керівниками;
- 2) між двома і декількома особами з метою розв'язання певних проблем;
- 3) між керівником і підлеглими;

4) який виник спонтанно.

**17. Лідерство – це ... .**

- 1) розумовий і фізичний процес, наслідком якого є виконання підлеглими офіційних доручень;
- 2) будь-яка поведінка одного індивідуума, яка вносить зміни у поведінку, почуття іншого індивідуума;
- 3) власний приклад керівника;
- 4) влада керівника, який може нав'язати свою волю виконавцю.

**18. На етапі декодування інформації відбувається переведення символів ... інформації.**

- 1) відправника у думки отримувача;
- 2) відправника у думки передавача;
- 3) відправника у думки отримувача і передавача;
- 4) отримувача в думки відправника.

**19. Рольовий конфлікт належить до ... .**

- 1) внутрішньоособистісного;
- 2) міжособистісного;
- 3) функціонального;
- 4) міжгрупового.

**20. Компромід належить до ... методів управління конфліктною ситуацією.**

- 1) структурних;
- 2) міжособистісних;
- 3) функціональних;
- 4) управлінських.

## **ЕКОНОМІКА ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА**

### **1. Роздрібний товарооборот – це ... .**

- 1) продаж товарів, що зазнали значної технологічної обробки на підприємстві (зберігання, оптове підсортування, транспортування, перепродажна підготовка тощо), оптовим покупцям для наступної реалізації кінцевим споживачам;
- 2) обсяг реалізації товарів населенню;
- 3) обсяг посередницьких операцій купівлі-продажу споживчих товарів роздрібним чи оптовим покупцям без будь-якої технологічної обробки на торговельному підприємстві;
- 4) реалізація товарів населенню для особистого споживання в обмін на його грошові доходи, а також продаж товарів ринкового фонду організаціям та установам для колективного споживання і задоволення їх господарських потреб.

### **2. До товарообороту роздрібно́ї торгівлі входить ... .**

- 1) продаж населенню товарів через роздрібну мережу;
- 2) продаж обладнання й інструментів лікарням;
- 3) виручка за пошив одягу;
- 4) продаж сільськогосподарськими підприємствами товарів на ринках.

### **3. Назвіть показники роздрібно́го товарообороту.**

1. Надходження товарів, купівельні фонди, товарооборотність.
2. Роздрібний товарооборот, купівельні фонди, товарооборотність.
3. Товарні запаси, товарооборотність, надходження товарів.
4. Роздрібний товарооборот, товарні запаси, надходження.

### **4. До чинників, що впливають на товарооборот і регулюються торговельним підприємством, належать:**

- 1) товарне, трудове і виробниче забезпечення;
- 2) ресурсне забезпечення, товарна спеціалізація, форма обслуговування, пропускна спроможність, рівень культурного обслуговування, умови постачання, організація реклами;
- 3) район діяльності торговельного підприємства, доходи населення, співвідношення цін на товари, рівень попиту, соціально-психологічні фактори;
- 4) структура неробочого часу, рівень споживання, звички, погляди, традиції.

### **5. Який взаємозв'язок між показниками роздрібно́го товарообороту правильний?**

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

### **6. Аналіз товарної структури товарообороту має на меті ... .**

- 1) виявлення динаміки продажу окремих товарних груп;
- 2) виявлення виконання плану товарообороту;
- 3) оцінку впливу реалізації окремих товарних груп на загальний обсяг товарообороту і подальшу можливість його зростання;
- 4) визначення плану товарообороту на майбутній період.

### **7. Виходячи з можливих обсягів закупівлі товарів та іммобілізації товарних запасів, забезпеченості підприємства персоналом плановий обсяг товарообороту доцільно визначати як ... його обсяг.**

- 1) можливий;            3) необхідний;

2) мінімальний; 4) ресурсозабезпечений.

**8. Товарні запаси поточного зберігання призначені забезпечувати ... .**

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

**9. На розмір товарних запасів впливають обсяг ... .**

- 1) товарообороту та його структура;
- 2) товарообороту, його структура і тип торговельного підприємства;
- 3) товарообороту, його структура, тип торговельного підприємства і стан матеріально-технічної бази;
- 4) товарообороту.

**10. Як зміняться витрати обігу, якщо рівень товарних запасів збільшиться?**

1. Зменшаться.
2. Зростуть.
3. Не зміняться.
4. Зміняться в той чи інший бік незначно.

**11. 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. Ніяк не впливає.

**12. Який перший етап формування товарного забезпечення обороту підприємства?**

1. Планування обсягу і структури закупівлі товарів.
2. Вивчення кон'юнктури ринку закупівель і каналів розподілу товарних ресурсів.
3. Узгодження й укладення угоди на закупівлю товарів.
4. Вибір постачальника товарних ресурсів.

**13. Назвіть основні джерела надходження товарів.**

1. Внутрішньосистемний опт.
2. Виробники продукції.
3. Посередники.
4. Галузі економіки, неорганізований ринок, імпорт.

**14. 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.

**15. За ступенем зміни обсягу товарообороту витрати поділяються на ... .**

- 1) планові та позапланові;
- 2) прості та комплексні;
- 3) постійні та змінні;
- 4) витрати поточного та майбутніх періодів.

**16. Які витрати торговельного підприємства входять до собівартості реалізованої продукції?**

1. На збут.
2. Фінансові.
3. Оплата поставленого товару.
4. Адміністративні та інші операційні витрати.

**17. Як збільшення питомої ваги продовольчих товарів у товарообороті впливає на рівень витрат?**

1. Не впливає взагалі.
2. Підвищує рівень витрат.
3. Зменшує рівень витрат.
4. Однозначної відповіді немає.

**18. Яке з наведених визначень найповніше розкриває поняття «ціна товару»?**

1. Собівартість.
2. Грошовий вираз собівартості товару.
3. Засіб вираження вартості товару у грошах.
4. Грошова сума, яку отримують за конкретний товар за умови впливу багатьох чинників.

**19. Ціноутворювальними чинниками є:**

- 1) попит і пропозиція;            3) споживна властивість.
- 2) конкуренція і реклама;      4. Усі зазначені чинники.

**20. Які складові роздрібної ціни?**

1. Вартість сировини, націнка підприємства.
2. Вартість сировини, прибуток підприємства.
3. Оптова ціна, прибуток підприємства.
4. Оптово-відпускна ціна без ПДВ, торговельна надбавка, ПДВ.

**21. Яке визначення найповніше розкриває поняття «дохід»?**

1. Збільшення економічних вигод у вигляді надходження активів або зменшення зобов'язань, що призводить до зростання власного капіталу.
2. Зменшення економічних вигод у вигляді вибуття активів або збільшення зобов'язань, що призводить до зменшення власного капіталу.
3. Сукупність усіх торговельних надбавок від реалізації товарів.
4. Правильної відповіді немає.

**22. Як у торгівлі визначають чистий дохід від операційної діяльності?**

1. Валовий прибуток + інші операційні доходи – усі види операційних витрат.
2. Дохід від реалізації товарів – ПДВ – інші відрахування – собівартість реалізованих товарів.
3. Виручка від реалізації товарів (товарооборот) – ПДВ – інші відрахування з доходів.
4. Прибуток від звичайної діяльності – податок на прибуток.

**23. Які з наведених чинників впливають на доходи від операційної діяльності?**

1. Товарооборот, ціни, умови товаропостачання і розмір торговельної надбавки.
2. Товарооборот, ціни й умови постачання.
3. Товарооборот і ціни.
4. Товарооборот.

**24. Які чинники впливають на прибуток у торгівлі?**

1. Товарооборот, доходи, витрати.
2. Товарооборот, доходи, витрати, джерела надходження товарів.
3. Доходи, витрати.
4. Товарооборот, джерела надходження товарів.

**25. Яких заходів потрібно вжити, якщо визначений план прибутку менший за цільовий?**

1. Ухвалити визначений план прибутку.
2. Визначити шляхи збільшення товарообороту і витрат.
3. Визначити шляхи економії витрат.
4. Накреслити шляхи збільшення товарообороту і зменшення витрат.

### **ПРАВИЛЬНІ ВІДПОВІДІ**

#### **Товарознавство**

№ тесту	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>10</b>	<b>11</b>
№ відповіді	3	1	1	1	1	1	2	1	3	1	1
№ тесту	<b>12</b>	<b>13</b>	<b>14</b>	<b>15</b>	<b>16</b>	<b>17</b>	<b>18</b>	<b>19</b>	<b>20</b>	<b>21</b>	<b>22</b>
№ відповіді	3	1	2	3	4	3	1	2	4	1	4
№ тесту	<b>23</b>	<b>24</b>	<b>25</b>	<b>26</b>	<b>27</b>	<b>28</b>	<b>29</b>	<b>30</b>	<b>31</b>	<b>32</b>	<b>33</b>
№ відповіді	1	2	1	3	1	3	4	4	1	3	1
№ тесту	<b>34</b>	<b>35</b>	<b>36</b>	<b>37</b>	<b>38</b>	<b>39</b>	<b>40</b>	<b>41</b>	<b>42</b>	<b>43</b>	<b>44</b>
№ відповіді	1	3	1	2	1	1	1	1	2	4	4
№ тесту	<b>45</b>	<b>46</b>	<b>47</b>	<b>48</b>	<b>49</b>	<b>50</b>	<b>51</b>	<b>52</b>	<b>53</b>	<b>54</b>	<b>55</b>
№ відповіді	3	1	1	1	2	2	4	3	4	3	1
№ тесту	<b>56</b>	<b>57</b>	<b>58</b>	<b>59</b>	<b>60</b>	<b>61</b>	<b>62</b>	<b>63</b>	<b>64</b>	<b>65</b>	<b>66</b>
№ відповіді	2	1	2	1	1	3	3	2	2	1	3
№ тесту	<b>67</b>	<b>68</b>	<b>69</b>	<b>70</b>	<b>71</b>	<b>72</b>	<b>73</b>	<b>74</b>	<b>75</b>		
№ відповіді	2	1	2	1	1	1	1	4	2		

#### **Організація і технологія торговельних процесів**

№ тесту	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>10</b>
№ відповіді	3	2	1	2	1	1	1	4	1	4
№ тесту	<b>11</b>	<b>12</b>	<b>13</b>	<b>14</b>	<b>15</b>	<b>16</b>	<b>17</b>	<b>18</b>	<b>19</b>	<b>20</b>
№ відповіді	1	1	4	4	2	2	4	2	1	1

#### **Комерційна діяльність**

№ тесту	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>10</b>
№ відповіді	1	2	1	1	3	1	2	2	1	3
№ тесту	<b>11</b>	<b>12</b>	<b>13</b>	<b>14</b>	<b>15</b>	<b>16</b>	<b>17</b>	<b>18</b>	<b>19</b>	<b>20</b>
№ відповіді	4	1	2	1	4	1	4	3	1	3

#### **Основи менеджменту**

№ тесту	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>10</b>
№ відповіді	1	2	2	4	1	1	3	2	2	2
№ тесту	<b>11</b>	<b>12</b>	<b>13</b>	<b>14</b>	<b>15</b>	<b>16</b>	<b>17</b>	<b>18</b>	<b>19</b>	<b>20</b>
№ відповіді	1	1	3	1	1	2	1	1	1	2

#### **Основи маркетингу**

№ тесту	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>10</b>
---------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	-----------

№ відповіді	3	2	1	2	2	4	3	3	4	2
№ тесту	<b>11</b>	<b>12</b>	<b>13</b>	<b>14</b>	<b>15</b>	<b>16</b>	<b>17</b>	<b>18</b>	<b>19</b>	<b>20</b>
№ відповіді	4	1	1	2	3	4	1	1	2	1

### Економіка торговельного підприємства

№ тесту	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>
№ відповіді	4	1	4	2	3	3	4	4	3
№ тесту	<b>10</b>	<b>11</b>	<b>12</b>	<b>13</b>	<b>14</b>	<b>15</b>	<b>16</b>	<b>17</b>	<b>18</b>
№ відповіді	2	2	2	4	2	3	3	2	4
№ тесту	<b>19</b>	<b>20</b>	<b>21</b>	<b>22</b>	<b>23</b>	<b>24</b>	<b>25</b>		
№ відповіді	4	4	1	3	1	1	4		