

3722_Az_Q2017_Yekun imtahan testinin sualları

Fənn : 3722 Kommersiya fəaliyyətinin tətbiqi və proqnozlaşdırılması

1 Məhsulun bazara çıxarılması

- ☐ təbliğat kampaniyasıdır
- ☐ birbaşa satış prosesidir
- ☒ məhsulun həyat dövrünün bir mərhələsidir
- ☐ məhsul satışının həvəsləndirilməsi tədbiridir
- ☐ reklam kampaniyasıdır

2 Məhsul çeşidi:

- ☐ məhsul çeşidi anlayışından istifadə edilmir
- ☐ məhsulun istehlak xüsusiyyətlərini əks etdirir
- ☐ məhsul nomenklaturasından daha geniş anlayışdır və müəssisə tərəfindən istehsal edilən bütün məhsulları əhatə edir
- ☒ müəyyən məhsul kateqoriyasına daxil olan və eyni bir məhsul markası ilə buraxılan məhsulların məcmusudur
- ☐ məhsulun müxtəlif növlülüyünü ifadə edir

3 Real məhsul

- ☐ orjinal məhsullardır
- ☐ öz xüsusiyyətlərinə görə başqa məhsullardan fərqlənən məhsullardır
- ☐ bazara çıxarılan bütün maddi nemətlərdir
- ☒ konkret parametrlərə və xüsusiyyətlərə malik olan məzmunca məhsuldur;
- ☐ istehlakçının tələbatını ödəyən və ya onun problemini həll etməyə imkan verən məhsullardır

4 Tara nədir?

- ☐ malın xaricinə 3 qatda örtüyün çəkilməsi
- ☐ malın ölçülərinə, konsistensiyasına uyğun qablaşmadır
- ☐ məhsulun dəyərinə təsir edən vasitədir
- ☒ əmtəənin netto və brutto çəkisi arasındakı fərkdir
- ☐ malın keyfiyyətinin qorunub saxlanmasına xidmət edən qablaşma

5 Ticarət mal çeşidi nədir?

- ☐ kənd təsərrüfatından başqa bütün sənaye sahələri məhsulları başa düşülür
- ☐ sənaye, kənd təsərrüfatı müəssisələri tərəfindən buraxılmayan məhsullar başa düşülür
- ☐ sənaye və kənd təsərrüfatı müəssisələri, habelə digər istehsalçılar tərəfindən buraxılan mallar başa düşülür
- ☒ pərakəndə ticarət müəssisələri tərəfindən alıcılara təklif edilən malların çeşidləridir
- ☐ hər bir istehsal müəssisəsinin istehsal nomenklaturası başa düşülür

6 Əmtəə nişanı nədir?

- ☐ firmanın əmtəəsinin keyfiyyəti və qiyməti olan vahid nümayəndəsidir
- ☐ firmanın hüquqi qaydada brendinin təsdiq olunmamış formasıdır
- ☐ bir firmanın əmtəəni digərindən fərqləndirən rəmzdir
- ☒ hüquqi müdafiəsi təmin olunmuş marka və ya onun hissəsidir
- ☐ nomenklaturaya daxil olan çeşid nomenklaturasıdır

7 Əmtəə vahidi nədir?

- ☐ istehsal olunan hakim bazara çıxarılmayan məhsuldur
- ☐ vahid zamanda istehsal olunan mal
- ☐ istehlakına əmək sərf olunan hər bir vasitə

- ☒ həcm, qiymət, xarici görünüş və digər əlamət göstəriciləri ilə səciyyələndirilən xüsusiləşmiş tamlıqdır
- ☐ firmanın mal dövriyyəsinin ümumi dövriyyəyə mənsubiyyətidir

8 Əmtəə nədir?

- ☐ vahid zamanda vahid şəxs tərəfindən istehsal olunan əşya
- ☐ həm dəyəri, həm də istehlak dəyəri olan hər bir şey
- ☐ istehlakına əmək sərf olunan hər şey
- ☒ tələbatı yaxud ehtiyacı ödəyə bilən, diqqəti cəlb etməsi, alınması, istifadə və ya istehlak olunması məqsədi ilə bazara təklif olunan hər bir şey əmtəədir
- ☐ istehsal olunan və bazara çıxarılmayan əşya

9 Əmtəənin həyat dövrünün hansı mərhələsində firma maksimal gəlir əldə edir?

- ☐ əmtəənin kütləvi istehsalı
- ☐ bazara daxil olma
- ☐ enmə
- ☒ artım
- ☐ kamillik

10 Çeşidin sabitliyi nədir?

- ☐ hazırda mağazanın ticarət çeşidi
- ☐ sənaye çeşidi dəyişmədən tətbiq olunur
- ☐ çeşid siyahısında nəzərdə tutulmayan əmtəələr
- ☒ satışda mağazanın çeşid siyahısında nəzərdə tutulan əmtəələrin fasiləsiz olaraq mövcud olması deməkdir
- ☐ sənaye çeşidi ticarət çeşidi ilə komplektləşdirilir

11 Çeşidin dolğunluğu nədir?

- ☐ sənaye çeşidi ticarət çeşidinin ilə komplektləşdirilməsidir
- ☐ çeşid siyahısında nəzərdə tutulmayan əmtəələrdir
- ☐ hazırda mağazanın ticarət çeşididir
- ☒ ticarət müəssisələrində faktiki mağazanın çeşid siyahısında nəzərdə tutulan əmtəələrin fasiləsiz olaraq mövcud olması başa düşülür
- ☐ sənaye çeşidi dəyişmədən tətbiq olunan çeşid siyahısıdır

12 Əmtəə nişanı nəyi qoruyur?

- ☐ əmtəənin özünəməxsus göstəricilərini
- ☐ əmtəənin firma stilini, surətini
- ☐ ticarət firmasının əmtəə haqqında məlumatlarını
- ☒ satıcının marka adından istifadə etməsinin müstəsna hüququnu qoruyur
- ☐ markanın müəlliflik hüququna əks olaraq potensial formada hüquqi əsasını

13 Qeyri əmtəə əməliyyatlarına hansılar daxildir?

- ☐ əmtəəyə olan tələbin öyrənilməsi, proqnozlaşdırılması
- ☐ qeyri kommersiya təşkilatlarının istehsal tədbirləri daxildir
- ☐ istehsal müəssisələrinin hesablaşmaları daxildir
- ☒ kommunal idarələrin, elmi-tədqiqat təşkilatlarının, təhsil müəssisələrinin hesablaşmaları daxildir
- ☐ əmtəə nişanının işlənməsi, onun yoxlanması və nümunənin hazırlanması

14 Əmtəə əməliyyatlarına hansılar daxildir?

- ☐ xammalın, materialın hazır məhsulun alqı-satqısı
- ☒ əmtəə markasının saxtalaşmasına qarşı tədbirlər
- ☐ əmtəələrin çeşidinin artırılması tədbirlərin görülməsi
- ☐ əmtəənin markalanması. Əmtəə nişanının hazırlanması
- ☐ xammalın alınması, gətirilməsi, anbara yığılması

15 Komplektlilik nədir?

- ☐ malların alıcı tələbini tam dolğun ödənilməsi məqsədi ilə daha dərin çeşidin təklif olunmasıdır
- ☐ əmtəələrin alıcı tələbini tam ödəməsi üçün tamamlayıcı xüsusiyyəti
- ☐ əmtəələrin ekspertiza üçün ayrılmış dəsti başa düşülür
- ☒ malın ümumi bir tələbatı ödəməsini təmin edəcək müəyyən toplusu başa düşülür
- ☐ malların xüsusi bir tələbatı ödəməsi üçün dəst halında hazırlanması

16 Məhsulun keyfiyyəti nəyi ifadə edir?

- ☐ müxtəlif təyinatlı olması
- ☐ məhsulun kaloriliyi və ya faydalılığı
- ☐ məhsulun dəyərliliyi
- ☒ ictimai tələbatı ödəmək qabiliyyətinə malik faydalı istehlak xassələrinin məcmuyu
- ☐ gözəl görünüşü

17 Müdafiə məlumatverici rəqabət və xatırladıcı reklamlar hansı reklamın formalarıdır?

- ☐ yayın
- ☐ məhsul
- ☐ istehlak
- ☒ İnstitusional
- ☐ xatırladıcı

18 Motivləşdirmə prosesində istehlakçıların hansı vərdisləri mühüm rol oynayır?

- ☐ ətraf mühit
- ☐ Zövq, davranış, bilik
- ☐ Bilik, təsəvvür, zövq, davranış
- ☒ Bilik, təsəvvür, zövq
- ☐ Bacarıq, təsəvvür

19 Reklam mətnlərində istehlakçının diqqəti

- ☐ məhsulların nəqlədmə və saxlanma texnologiyasına yönəldilir
- ☐ məqsəd bazarlarının seçilməsinə yönəldilir
- ☐ məhsulun bazar mövqeiə yönəldilir
- ☒ məhsulun istehlak xüsusiyyətlərinə yönəldilir
- ☐ məhsulun hazırlanması texnologiyasına yönəldilir

20 Birbaşa marketing kanalı neçə pilləli (səviyyəli) bölgü kanallına aiddir

- ☐ 4
- ☐ 2
- ☐ 1
- ☒ 0
- ☐ 3

21 İstehsalçı- agent-topdansatış müəssisəsi-pərakəndə ticarət-istehlakçı bölüşdürmə sistemi neçə pilləli (səviyyəli) bölgü kanallına aiddir

- ☐ 4
- ☒ 3
- ☐ 0
- ☐ 1
- ☐ 2

22 Məhsulun istehlak qiyməti?

- ☐ məhsulun istehsalı ilə əlaqədar olan dəyişən (birbaşa) və (sabit) qaimə xərclərinin məbləğidir
- ☐ məhsulun nominal qiymətidir
- ☐ məhsulun satışına çəkilən xərclərin məbləğidir
- ☒ məhsulun nominal qiyməti ilə istismar müddətində ona çəkilən bütün xərclərin (quraşdırılma və daşınma xərcləri də daxil olmaqla) cəmidir
- ☐ məhsulun quraşdırılmasına və servis xidmətinin göstərilməsinə çəkilən xərclərin məbləğidir

23 Kommersiya fəaliyyətində alqı-satqı xidmətinin strukturunun müəyyənləşdirilməsində əsas moment nədir?

- ☐ idarəetmə aparatının mükəmməl ştat cədvəlinin olmasıdır
- ☐ satış və alış şərtlərinin məhdudiyyətləridir
- ☐ digər kommersiya şərtləri və zamanətləridir
- ☒ operativ kommersiya işçiləri və onların qruplarının optimal ixtisaslaşdırılmasıdır
- ☐ operativ kommersiya işçilərinin bazar segmentini daha dərinlən öyrənməsidir

24 Mal göndərmə müqaviləsi nədir?

- ☐ kommersiya məsrəflərinin, pozuntuların göstərildiyi sənəd
- ☐ keyfiyyətin, onun keyfiyyət üzrə standartlara və texniki şərtlərə uyğun gəldiyini təsdiq edən sənəd
- ☐ yükdaşıma şərtlərinin pozulmasına görə tərtib edilən və pozuntunun səbəbkarına iddia bildirmək hüququ bildirən sənəd
- ☒ Mal göndərənə alıcılar arasındakı təsərrüfat əlaqələrinin ən vacib formasıdır.
- ☐ satıcının alıcıya müəyyən müddətə, möhlətlə əmtəə əvəzinə verdiyi sənəd

25 Birbaşa müqavilə əlaqələri nədir?

- ☐ alıcı və satıcı arasında bağlanan müqavilə əlaqəsidir
- ☐ iki tərəf arasındakı birbaşa uzunmüddətə bağlanmış əks əlaqədir
- ☐ vasitəçilərlə alıcı və satıcı arasındakı əlaqədir
- ☒ vasitəçi olmadan bilavasitə əmtəə alıcıları və istehsalçıları arasındakı qarşılıqlı əlaqədir
- ☐ borc alanla bank arasında vasitəçi olmadan olan əlaqədir

26 İstehlak kateqoriyasının mahiyyəti?

- ☐ satış və alış şərtlərinin yerinə yetirilməsidir
- ☐ maddi və mənəvi sərvətlərin istifadəsi prosesidir
- ☐ tələbatın ödənilməsi deməkdir
- ☒ maddi və mənəvi sərvətlərin istifadəsi prosesidir ; işçi qüvvəsinin təkrar istehsalını göstərir
- ☐ işçi qüvvəsinin təkrar istehsalını göstərir

27 Bazarın funksiyaları hansılardır ?

- ☐ tələbi tənzimləyir
- ☐ reklamı stimullaşdırır
- ☐ potensial alıcıları cəmləşdirir
- ☐ təklifi tənzimləyir
- ☒ tələbi tənzimləyir, istehlakçıları stimullaşdırır, əməyin kəmiyyət və keyfiyyətinə görə gəlirləri bölüşdürür.

28 Reklamın səmərəliliyi hansı əlamətlərə görə fərqləndirilir?

- ☐ iqtisadi-ideoloji-siyasi
- ☐ iqtisadi-siyasi, sosialji
- ☐ iqtisadi-siyasi
- ☒ iqtisadi-sosial-psixoloji
- ☐ iqtisadi-psixoloji-siyasi

29 Ticarət sözünün ikili mənası hansıdır?

- ☐ malın alqı-satqısı ilə əlaqədar xırda pərakəndə ticarətdir

- ☐ malın dəyərinin dəyişməsi ilə əlaqədar, başqa sözlə malın topdan satışı prosesidir
- ☐ I-qeyri-istehsal sahəsidir, II-yalnız malın alqı-satqı qiymətləri arasındakı fərqə istinad edən ticarət prosesini əks etdirir
- ☒ I Təsərrüfatın ayrıca sahəsi hesab olunur, II-mal alış-veriş aktlarının həyata keçirməyə istiqamətlənmiş ticarət prosesi mənasını verir
- ☐ malın alqı-satqısı ilə əlaqədar bütün mütərəqqi satış formalarıdır

30 Kommersiya xidmətlərinin quruluşu nədən asılıdır?

- ☐ sahibkarın işə yanaşma tərzindən
- ☐ iqtisadi, siyasi, mədəni amillərdən
- ☐ auditorlardan, iqtisadçılardan
- ☒ müəssisənin əsas fəaliyyət növündən
- ☐ idarəetmə strukturundan

31 Dəyərin formasının dəyişilməsi formulu hansılardır?

- ☐ P-Ə1 və Ə1-P1
- ☐ Ə-P və Ə1-P1
- ☐ Ə-P1 və Ə-P
- ☒ P-Ə və Ə1-P1
- ☐ Ə1-P1 və Ə-P

32 Kommersiya əməliyyatlarına aşağıdakılardan hansı aid deyil?

- ☐ müqavilələrin bağlanması
- ☐ əmtəələrin topdan alışı və satışı
- ☐ pərakəndə satış
- ☒ malın istehsalı ilə bağlı əməliyyatlar
- ☐ reklam

33 Bazar neçə funksiyanı yerinə yetirir.

- ☐ 4
- ☐ 2
- ☐ 1
- ☒ 3
- ☐ 5

34 Bazar öz funksiyasının hansı vasitələrin funksiyası ilə həyata keçirir?

- ☐ vasitəçilər
- ☐ tələb
- ☐ reklam
- ☒ qiymət
- ☐ təklif

35 Kommersiya fəaliyyətinin tədqiqi və proqnozlaşdırılması kursunun əsası nədir?

- ☐ müqayisə, analogiya, riyazi modelləşməni əks etdirir
- ☐ metodoloji əsası klassiklərin və Azərbaycan iqtisadçı alimlərinin elmi tədqiqatlarını əks etdirir
- ☐ metodoloji əsasını tədqiqatın sintez və analiz üsulu ilə təhlilini əks etdirir
- ☒ dialektik inkişaf metodu ,metodoloji tədqiqatın ümumi elmi və eləcə də xüsusi metodlarını özündə əks etdirir
- ☐ müşahidə ekspert qiymətləndirmə və modelləşdirmə metodlarını

36 Kommersiyanın fəaliyyətində ticarət xidmətləri hansılardır?

- ☐ logistik xidmətlər, inventarizasiya xidmətləri, məsləhət, informasiya xidmətləri
- ☐ daşınma, anbarda saxlama, qablaşdırma, sortlaşdırma
- ☐ əmtəələrin istehlak dəyərinin hərəkətilə bağlı olan və istehsal prosesinin tədavi sferasında davamı olan prosesi

- ☒ mal alışı ilə əlaqəli xidmətlərin, əldə olunan malın istifadəsi ilə əlaqədar xidmətlər, mağazaya gələnlər üçün əlverişli şəraitin yaradılması
- ☐ tələbin öyrənməsi, əmtəənin dəyişdirilməsi, yeni modifikasiyaların tətbiqi

37 Kommersiya fəaliyyətinin tətbiqi və proqnozlaşdırılması fənninin metodoloji əsasını nə təşkil edir?

- ☐ ekspert qiymətləndirmə
- ☐ balans metodu
- ☐ modelləşdirmə
- ☒ dialektik inkişaf metodu
- ☐ təhlil və sintez

38 Kommersiya fəaliyyəti nədir?

- ☐ sahibkarlıq fəaliyyətidir
- ☐ alqı-satqı aktlarının yerinə yetirən bir prosesdir.
- ☐ sadəcə ticarətdir
- ☒ Ticarət müəssisələrinin və təşkilatlarının, əhəlinin tələbatının ödənilməsi ilə mənfəət əldə etmək məqsədilə əmtəələrin alqı-satqı proseslərinin həyata keçirilməsinə yönəldilmiş operativ fəaliyyətinin geniş sferasıdır
- ☐ ticarətin tərtib hissəsidir.

39 Kommersiya sözü hansı dildən götürülüb ?

- ☐ 66
- ☐ alman
- ☐ ingilis
- ☐ yunan
- ☒ latın
- ☐ fars

40 Hesablaşma çeki nədir?

- ☒ hesab sahibinin çekdə göstərilən pul məbləğinin onun hesabından vəsaiti alanın hesabına köçürülməsi barədə ona xidmət göstərən banka verdiyi yazılı tapşırıqdır
- ☐ xüsusi hesab açılması barədə alıcının bank şöbəsinin malgöndərəninin bank şöbəsinə tapşırığıdır
- ☐ pul, hesablaşma, əmtəə sənədlərinin və yaxud əmtəələrin dəyərlərinin ödənilməsinə alıcının razılığıdır
- ☐ xüsusi hesab açılması barədə alıcının bank şöbəsinin malgöndərəninin bank şöbəsinə tapşırığıdır
- ☐ hesab sahibinin onun hesablaşma hesabından pulalanın hesabına pul vəsaitinin köçürülməsi barədə banka verdiyi sərəncamlar

41 Hansı qeyri-əmtəə əməliyyatları nəğdsiz formada yerinə yetirilir?

- ☐ hərbi komitələrlə, vergi idarələri ilə hesablaşmalar
- ☐ ailə büdcəsindən sosial təyinatlı xərclərlə ayırmalar
- ☐ alıcının müəyyən vaxt müddətinə qiymətli kağızlarla hesablaşmalar
- ☒ Kommunal idarələri, elmi tədqiqat təşkilatları, təhsil müəssisələri və s. ilə qeyri-əmtəə əməliyyatları
- ☐ veksel təminatı üçün krediti öz öhdəsinə götürən maliyyə təşkilatıdır

42 Müəyyən istehlak xüsusiyyətlərinə, keyfiyyətə, dizayna, marka adına və xarici tərtibata malik olan məhsul

- ☐ məzmunca məhsuldur
- ☐ gücləndirilmiş (qüvvətləndirilmiş) məhsuldur
- ☐ məhsul çeşidindən geniş anlayışdır
- ☐ bazara təklif edilən bütün məhsulların məcmusudur
- ☒ real məhsuldur

43 Məhsul nomenklaturası

- ☐ onun xarici tərtibatının müxtəlifliyini əks etdir
- ☒ məhsul çeşidindən geniş anlayışdır və bazara təklif edilən bütün məhsulların məcmusudur

- ☐ məhsulların müxtəlif növlülüyünü xarakterizə edir
- ☐ məhsulun istehlak xüsusiyyətlərini əks etdirir
- ☐ məhsulun marka adını ifadə edir

44 Məhsulun həyat dövrünün hansı mərhələsində məhsulun qiyməti daha aşağı olur:

- ☐ stabil mərhələsində
- ☐ artım mərhələsində
- ☐ inkişaf mərhələsində
- ☐ bazara çıxma mərhələsində
- ☒ böhran mərhələsində

45 Yeni məhsula hansı məhsullar aid edilmir

- ☒ mövcud bazarlar üçün istehsal edilən mövcud məhsullar
- ☐ həm müəssisə tərəfindən ilk dəfə istehsal edilən, həm də bazara ilk dəfə çıxarılan məhsullar
- ☐ mövcud bazarlara yeni çıxarılan məhsullar
- ☐ yeni bazarlara çıxarılan mövcud məhsullar
- ☐ müəssisə tərəfindən ilk dəfə istehsal edilən bütün məhsullar

46 Aşağıda göstərilənlərdən hansı məhsul anlayışını tam ifadə edir:

- ☐ müəssisə tərəfindən istehsal edilən bütün şeylər
- ☒ tələbat ödəmə qabiliyyətinə malik olan və insan əməyi ilə yaradılan və ya təbiət tərəfindən hazır verilən bütün maddi nemətlər
- ☐ müəssisə tərəfindən istehsal edilən və insan əməyi ilə yaradılan bütün maddi nemətlər
- ☐ insan əməyi ilə yaradılan bütün maddi nemətlər
- ☐ təbiət tərəfindən verilən bütün maddi nemətlər

47 Malın dünya bazarlardan çıxma vəzifələri?

- ☐ daşınma xərcləri maya dəyərindən aşağı olmalıdır
- ☒ aşağıdakı maddələrin hamısı düzgündür
- ☐ dünya bazarında qiyməti olmalıdır
- ☐ dünya bazarında tələb olmalıdır.
- ☐ əlverişli və maneəsiz daşına bilən olmalıdır.

48 Oligopson bazarları nədir?

- ☐ satıcı 1 sayda, alıcı çoxdur
- ☒ satıcı çox, alıcı sayı məhduddur.
- ☐ alıcı çox, satıcı məhduddur.
- ☐ alıcı 2 sayda, satıcı çoxdur
- ☐ satıcı çox, alıcı 1 saydadır

49 İctimaiyyətlə əlaqə (publik rileyşnz):

- ☐ müəssisə ilə dövlət orqanları arasında xeyirxah münasibətlərin yaradılmasına yönəldilmiş tədbirlər kompleksidir
- ☐ müəssisə ilə maliyyə dairələri arasında xeyirxah münasibətlərin yaradılmasına yönəldilmiş tədbirlər kompleksidir
- ☐ müəssisə ilə məhsul göndərənlər arasında xeyirxah münasibətlərin yaradılmasına yönəldilmiş tədbirlər kompleksidir
- ☒ müəssisə ilə ictimaiyyət arasında xeyirxah münasibətlərin yaradılmasına yönəldilmiş tədbirlər kompleksidir
- ☐ müəssisə ilə ünsiyyət auditoriyası arasında xeyirxah münasibətlərin yaradılmasına yönəldilmiş tədbirlər kompleksidir

50 Bölüşdürmə kanalları

- ☐ satışdan sonrakı dövrdə məhsullara servis xidməti göstərilən fiziki və hüquqi şəxslərin cəmidir
- ☐ məhsulların qablaşdırılması və anbarlaşdırılması əməliyyatlarının cəmidir;
- ☐ məhsulların reklamının yayımı kanalları və vasitələridir

- ☒ məhsulların istehsalçıdan istehlakçıya çatdırılmasını təmin edən fiziki və hüquqi şəxslərin cəmidir
- ☐ məhsulların nəql edilməsi və nəql edilmə prosesində həyata keçirilən əməliyyatların cəmidir

51 İstehsalçı-topdansatış ticarəti-pərakəndə ticarət-istehlakçı kanalından hansı məhsulun satışında istifadə etmək məqsədəuyğundur

- ☐ neftmaşınqayırma məhsullarının
- ☐ avadanlıqların
- ☐ qara metalın
- ☒ gündəlik tələbat məhsullarının
- ☐ minik avtomobillərin

52 Məhsulun franko qiyməti aşağıdakılardan hansına imkan verir

- ☐ məhsulun istehlak qiymətini müəyyən etməyə
- ☐ məhsul satışından əlavə gəlir əldə etməyə
- ☐ müştəriyə müəyyən qiymət güzəştlərinin edilməsinə
- ☒ məhsul göndərmənin müxtəlif bazis şərtlərini nəzərə almağa
- ☐ məhsulun satış qiymətini müəyyən etməyə

53 Məhsulun satış qiyməti

- ☐ məhsulun istehsalı ilə əlaqədar olan dəyişən (birbaşa) və sabit (qaimə) xərclərinin məbləğidir
- ☐ məhsulun quraşdırılmasına və servis xidmətinin göstərilməsinə çəkilən xərclərin məbləğidir
- ☐ məhsulun satışına çəkilən xərclərin məbləğidir
- ☒ məhsulun nominal qiymətidir
- ☐ məhsulun nominal qiyməti ilə istismar müddətində ona çəkilən bütün xərclərin (quraşdırılma və daşınma xərcləri də daxil olmaqla) cəmidir

54 Ticarətdə ümumi gəlirin əmələ gəlmə mənbələri hansılardır?

- ☒ mal satışından alınan gəlir
- ☐ əsas və əlavə əmək haqqı, digər təsərrüfat sahələrinin məsrəfləri
- ☐ müəssisə krediti və istehsal krediti
- ☐ mənfəətin tədavül xərclərinə olan nisbətində
- ☐ ayrı ayrı xərc maddələrinin ümumi dövriyyədəki xüsusi çəkisidir

55 Tədavül xərclərinin quruluşu dedikdə nə başa düşülür?

- ☐ xərc maddələrinin qruplar üzrə təsnifatı
- ☐ tədavül xərcləri məbləğinin mal dövriyyəsinə olan nisbətinin faizlə ifadəsidir
- ☐ ayrı ayrı xərc maddələrinin ümumi dövriyyədəki xüsusi çəkisidir;
- ☒ ayrı-ayrı xərc maddələri məbləğinin ümumi xərclərdəki xüsusi çəkisidir
- ☐ xərc maddələri məbləğinin mal dövriyyəsinə olan nisbətidir

56 Ticarətdə tədavül xərcləri mahiyyətinə görə necə qruplaşdırılır

- ☐ əmək məhsuldarlığı və əməyin effektivliyinin yüksəldilməsi ilə əlaqədar xərclər
- ☐ ümumi gəlir və mənfəətlə əlaqədar xərclər
- ☐ dövriyyənin həcmi və quruluşu ilə əlaqədar xərclər
- ☒ istehsalın davamı və dəyərlərin formasının dəyişməsi ilə əlaqədar xərclər
- ☐ işçilərin sayı və əmək haqqı ilə əlaqədar xərclər

57 Malların istehsaldan istehlakçıya çatdırılması ilə əlaqədar sərf olunan əmək məsrəflərinin pul ilə ifadəsidir

- ☐ işçilərin sərf etdikləri əməyini kəmiyyət və keyfiyyətinə görə onlara verilən pul vəsaitinin həcmidir
- ☐ mal dövriyyəsi planının yerinə yetirilməsi ilə əlaqədar sərf olunan məsrəflərin həcmidir
- ☐ malların istehsalı ilə əlaqədar sərf olunan əmək məsrəflərinin pul ilə ifadəsidir

- ☒ malların istehsalıdan istehlakçıya çatdırılması ilə əlaqədar sərf olunan əmək məsrəflərinin pul ilə ifadəsidir.
- ☐ istehlakçının mal alışına sərf etdikləri pul vəsaitinin ümumi həcmidir

58 Ticarət-vasitəçilik əməliyyatı nədir?

- ☐ istehsalçıdan asılı olmayan ticarət vasitəçisi tərəfindən istehsalçının tapşırığı ilə aralarında bağlanmış sənəd əsasında alqı-satqı ilə əlaqədar həyata keçirilən əməliyyatdır
- ☐ əmtənin müəyyən ərazidə istehsalçıdan son istehlakçıya irəlilədilməsinə kömək göstərilməsidir
- ☐ vasitəçinin köməyi ilə alıcı və satıcı arasında əlaqə yaradılması üzrə əməliyyatdır
- ☒ ticarət vasitəçisi tərəfindən öz adından və öz vəsaiti hesabına həyata keçirilən əməliyyatlardır
- ☐ əmtəələrin alqı-satqı müqaviləsinin bağlanmasıdır

59 Ticarət firmaları nədir?

- ☐ öz adından və öz hesabına əmtəələrin alqı-satqısı əməliyyatlarını həyata keçirən firmalardır
- ☐ hər hansı bir əmtəə və ya çeşid üzrə oxşar əmtəələrin xaricdə satışı ilə məşğul olan firmalardır
- ☐ öz hesabına daxili bazarda əmtəələri alıb sonra öz adından xaricdə satan ticarət müəssisələridir
- ☒ öz ölkəsinin istehsalçılarından və topdansaş tacirlərindən malı alıb xaricdə və xaricdən mal alıb yerli topdansaş və pərakəndə satış tacirlərinə, sənaye istehsalçılarına satan firmalardır
- ☐ geniş çeşiddə, əsasən istehlak mallarının satış ilə məşğul olan və bir neçə sahəsinin məhsulunu xaricə ixrac edən firmalardır

60 Nəğdsiz hesablaşma nədir?

- ☐ heç biri doğru deyil
- ☐ dəyərin dəyişməsidir
- ☐ tədiyyədir
- ☒ pul dövriyyəsinin bir formasıdır
- ☐ pul dövriyyəsinin az tətbiq olunan formasıdır

61 Nəğdsiz formada ödəmənin bir forması olan ödəniş tapşırığı hansıdır?

- ☐ səhmdar cəmiyyətinə kapital kimi müəyyən miqdarda pul əməyi ilə müəyyən edilən qiymətli kağızlardır
- ☐ pul, hesablaşma, əmtəə sənədlərinin və yaxud əmtəələrin dəyərlərinin ödənilməsinə alıcının razılığıdır
- ☐ xüsusi hesab açılması barədə alıcının bank şöbəsinin malgöndərənin bank şöbəsinə tapşırığıdır
- ☒ hesab sahibinin onun hesablaşma hesabından pul alanın hesabına pul vəsaitinin köçürülməsi barədə banka verdiyi sərəncamdır
- ☐ xüsusi hesab açılması barədə alıcının bank şöbəsinin malgöndərənin bank şöbəsinə tapşırığıdır

62 Kredit məktubu (akkreditiv) nədir?

- ☐ hesab sahibinin çekdə göstərilən pul məbləğinə onun hesabından banka keçirilməsini təmin edən tapşırıqdır
- ☐ vekselləri yazan və ödəniş müddəti başa çatan vekselləri ödəmələri öz öhdəsinə götürən şəxsdir
- ☐ pul, hesablaşma, əmtəə sənədlərinin və yaxud əmtəələrin dəyərlərinin ödənilməsinə alıcının razılığıdır
- ☒ xüsusi hesab açılması barədə alıcının bank şöbəsinin malgöndərənin bank şöbəsinə tapşırığıdır
- ☐ səhmdar cəmiyyətinə kapital kimi müəyyən miqdarda pul əməliyyatı ilə müəyyən edilən qiymətli kağızlardır

63 Kliring ödənişləri nə vaxt , harada ilk dəfə tətbiq olunub?

- ☐ 1725-Yaponiya
- ☐ 1920-Bakı
- ☐ 1815-Fransa
- ☒ 1775- Böyük Britaniya
- ☐ 1728- ABŞ

64 Hesablaşmaların hansı formaları var?

- ☐ natural və dəyər forması
- ☐ əmtəə və qeyri maddi
- ☐ nəğd və daimi

- ☒ nəğd və nəğdsiz
☐ əmtəə və qiymət

65 Aksept nədir?

- ☐ borcu nəğd şəklində ödənilməsi
☐ borcun ödənilməsi
☐ Tədavülçinin narazılığı
☒ Tədavülçinin razılığı
☐ borcun yerində ödənilməsi

66 Hansı əmtəə əməliyyatları nəğdsiz formada yerinə yetirilir?

- ☐ alıcının müəyyən vaxt müddətinə qiymətli kağızlarla hesablaşmaları
☐ borclunun hesabından alıcının hesabına nəğd olmayan köçürmələr
☐ ödənişləri tezliklə ödəyən alıcılara qiymətdə edilən güzəştlər
☒ xammalın, materialların, hazır məhsulların və s alqı-satqısı
☐ ikitərəfin razılığı ilə hesablaşmalarda iştirak etmədən ödəniş əməliyyatları

67 Rəqabət reklamı nədir?

- ☐ əvvəllər reklamlaşdırılmış əmtəəyə olan tələbatın səviyyəsinin saxlanılması məqsədilə həyata keçirilən reklamdır
☐ firma qarşısında seçmə tələbatı yaratmaq vəzifəsi baş qaldırdıqda istifadə olunan reklamdır
☐ istehsalçılarda yeni əmtəəyə qarşı ilkin tələbatı yaratmaq vəzifəsini yerinə yetirmək üçün istifadə olunan reklamdır
☐ istehlakçının yaddaşında əmtəə barədə məlumatların yenidən canlandırılma-sı və onu əmtəəni yada salmağa məcbur etmək olan reklamdır
☒ reklam edilən əmtəəni rəqib firmaların istehsal etdiyi çoxlu sayda əmtəələrdən fərqləndirən və onun müsbət tərəfini göstərən reklamdır

68 Kommersiya sirrini qorumaqdan ötrü nədən istifadə etmək lazımdır?

- ☐ müəssisə rəhbərliyi tərəfindən qəbul olunan qarşılıqlı anlaşmalardan
☐ müəssisə rəhbərliyi tərəfindən qəbul olunan birbaşa sazişlərdən
☒ müəssisə rəhbərliyi tərəfindən qəbul olunan normalardan (əmrələr, sərəncamlar, təlimatlar)
☐ müəssisə rəhbərliyi tərəfindən qəbul olunan lokal qərarlardan
☐ müəssisə rəhbərliyi tərəfindən qəbul olunan işgüzar müqavilələrdən

69 Hesablaşmalar müəssisələr tərəfindən hansı üsullarla aparılır?

- ☐ hesablaşmalarda iştirak etməklə
☒ nəqd və nəqdsiz
☐ akreditivlərlə, ödəniş tapşırıqları ilə
☐ çeklə, veksellərlə
☐ hesablaşmalarda iştirak etməməklə

70 Mal göndərənə alıcı arasında planlı ödənişlər qaydasında hesablaşmalar nə vaxt baş verir?

- ☐ xüsusi hesab açılması barədə alıcının bank şöbəsinin malgöndərənə bank şöbəsinə tapşırıldığı vaxt
☒ sabit təsərrüfat və hesablaşma münasibətləri mövcud olduğu, mal göndərişinin isə daimi xarakter daşdığı hallarda həyata keçirilir
☐ məhsul vahidi istehsalına sərf olunan iş vaxtının nizama salındığı vaxt
☐ sabit təsərrüfat və hesablaşma münasibətləri mövcud olduğu vaxt
☐ hesablaşmalar mal alanın anbarında təhvilalma vaxtı

71 Mütləq tələbat nədir?

- ☐ heç bir variant düzgün deyil
☒ yuxarıda göstərilən variantlar doğrudur
☐ kəmiyyət etibarilə hədudsuz olur
☐ nə istehsalın, nə də əhəlinin tədiyyə qabiliyyətli imkanları ilə məhdudlaşmır

- ☐ mümkün ola bilən istehlakın həcmi ifadə edir

72 Texniki məlumata nə daxil deyil?

- ☐ elmi-tədqiqat layihəsi
☒ razılaşma
☐ EHM proqram təminatı
☐ informasiya prosesi
☐ patent ərizəsi

73 Müxtəlif əmtəə və xidmətlər bazarında yaranmış şərait haqqında xəbər nədir?

- ☐ Marketing məlumatı
☒ Kommersiya məlumatı
☐ İnformasiya prosesi
☐ Kommersiya sirri
☐ Kommersiya məxfiliyi

74 Kommersiya sirrinin daşıyıcısı kimdir?

- ☐ kommersiyaya aid olan məxfiliyi qoruyan şəxsdir
☐ müəssisənin və ya firmanın kommersiya sirləri haqqında xəbərdar olan şəxsdir
☐ kommersiyaya aid olan bilgiləri bilən podratçılardır
☒ müəssisənin və ya firmanın kommersiya sirlərini bilən və istehsalə tətbiq edən şəxs
☐ kommersiyaya aid olan bilgiləri bilən nou-xau daşıyıcıları

75 Kommersiya informasiyasının mənbəyi kimi hansı tədqiqatlar çıxış edir?

- ☐ kross-mədəni təhlillər
☒ marketing tədqiqatları
☐ kommersiya tədqiqatları
☐ bazarın ümumi tədqiqatları
☐ menecment araşdırmaları

76 İşgüzar informasiyaya nə daxil deyil?

- ☐ heyətin siyahısı
☐ marketing haqqında məlumat
☒ ENM-in proqram təminatı.
☐ maliyyə məlumatları
☐ malın qiyməti haqqında məlumat

77 Hansı məlumatlar kommersiya sirridir?

- ☐ yalnız alıcıya məlum olmayan məlumatlar
☒ kommersiya nöqtəyi nəzərindən bilərəkdən gizli saxlanan məlumatlardır.
☐ yalnız sövdə iştirakçılarına məlum olan, qalanlara isə elan edilməyən məlumatların ifadəsi
☐ yalnız mal istehsalçılarına məlum olan məlumat
☐ həm istehsalçıya, həm satıcıya məlum olan məlumat

78 Daxili Hesabat sistemi məlumatlarına hansı aid deyil?

- ☐ statistik hesabatlar
☒ kauzal hesabatlar
☐ mühasibat hesabatları
☐ operativ uçot hesabatları
☐ maliyyə hesabatları

79 Marketing konsepsiyasının ilkin istinad nöqtəsi nədir?

- ☒ istehlakçıların ehtiyacları və tələbatları
- ☐ Müəssisənin istehsal gücü
- ☐ istehsal olunmuş məhsullar
- ☐ satışın həcmi
- ☐ istehsalın təkmilləşdirilməsi

80 Müəssisə istehsal etdiyi hər bir məhsul çeşidinə müxtəlif adlar verir və həmin marka adı çeşidə daxil olan bütün çeşidlərə aid edilir. Bu marka strategiyası neçə adlanır

- ☐ markasız məhsul strategiyası
- ☐ fərdi marka strategiyası
- ☐ ümumi marka strategiyası
- ☐ müəssisənin adı ilə məhsulun adının əlaqələndirilməsinə əsaslanan marka strategiyası
- ☒ müxtəlif çeşidlərə müxtəlif marka adlarının verilməsi strategiyası

81 Tələbatın hansı formasında sinxromarketinqin tətbiqi məqsədəuyğundur

- ☐ tələbatın həcmi stabil olduqda
- ☐ tələbat irrasional olduqda
- ☒ tələbatın həcmi tərəddüd etdikdə
- ☐ tələbat stabil olduqda
- ☐ tələbatın həcmi həddən çox olduqda

82 Məhsul istehlakçıların sağlamlığına ziyan vurduğu halda marketinqin hansı forması tətbiq edilir

- ☐ konversiya marketinqi
- ☒ əks təsirli marketinq
- ☐ təmərküzləşmiş marketinq
- ☐ inkişaf edən marketinq
- ☐ sinxromarketinq

83 Marketinq kateqoriyası kimi tələb aşağıdakılardan hansını əks etdirir

- ☐ istehlakçının təbii (anadan gəlmə) və qazanılmış tələbatlarını
- ☒ istehlakçının ödəniş qabiliyyətli tələbatını
- ☐ istehlakçının ehtiyacını
- ☐ istehlakçının arzı və istəklərini
- ☐ istehlakçının məhsula münasibətini

84 Marketinq kateqoriyası kimi tələbat aşağıdakılardan hansını əks etdirir

- ☐ istehlakçının məhsula münasibətini
- ☒ ödənilməsi spesifik forma alan ehtiyacı;
- ☐ tələbi;
- ☐ alıcının alıcılıq qabiliyyətini
- ☐ alıcının istəklərini;

85 Ticarət kompensasiya sövdələşmələri ən gec hansı müddətdə başa çatmalıdır?

- ☐ 36 ay müddətinə
- ☒ 24 ay müddətinə
- ☐ 6 ay müddətinə
- ☐ 48 ay müddətinə
- ☐ 12 ay müddətinə

86 Nümunəvi müqavilələr üzrə mübahisə və fikir ayrılıqları hansı qaydada həll olunur?

- ☐ qarşılıqlı anlaşma qaydasında
- ☒ arbitraj qaydasında

- ☐ birja komitələrinin müəyyənləşdirdiyi qaydada
- ☐ nümunəvi kontraktı hazırlanmış təşkilatın müəyyənləşdirdiyi qaydada
- ☐ gömrük orqanlarının həll etməsi qaydasında

87 Tələbatın ödənilmə dərəcəsinə görə növləri hansılardır?

- ☐ neftmaşınqayırma məhsullarının
- ☐ həqiqi tələbat
- ☐ qismən ödənilən tələbat
- ☒ ödənilmiş, ödənilməyən və formalaşmağa olan tələbat
- ☐ Bölüşdürmə kanalları

88 Tələbatın kəmiyyətinə görə hansı növləri vardır?

- ☐ tədiyyə qabiliyyətli tələbat
- ☒ mütləq tələbat, həqiqi və tədiyyə qabiliyyətli tələbat
- ☐ fiziki tələbat
- ☐ real tələbat
- ☐ mütləq tələbat, həqiqi tələbat

89 Veksellərin neçə növü var?

- ☐ faizli və sadə
- ☐ müddətli və köçürmə
- ☒ sadə və açıq
- ☐ açıq və qapalı
- ☐ sadə və köçürmə

90 Sadə veksəl nədir?

- ☐ müəyyən məbləğ göstərilməklə mütləq təəhhüdlü pul ödəməsi sənədi
- ☒ bir tərəfin ödəniş vaxtı çatdığı müddətdə digər tərəfə müəyyən pul məbləği ödənilməsi barədə yazılı borc pul öhdəliyidir
- ☐ müəyyən müddət göstərilməklə mütləq təəhhüdlü pul ödəməsi sənədi
- ☐ qiymətli kağızların bir növü
- ☐ bazar iqtisadiyyatına keçən ölkələrdə özəlləşdirmə çeki

91 Planlı ödənişlər qaydasında hesablaşmalar nə vaxt baş verir?

- ☐ xüsusi hesab açılması barədə alıcının bank şöbəsinin malgöndərən bank şöbəsinə tapşırıldığı vaxt
- ☒ sabit təsərrüfat və hesablaşma münasibətləri mövcud olduğu, mal göndərişinin işə daimi xarakter daşdığı vaxt
- ☐ məhsul vahidi istehsalına sərf olunan iş vaxtının nizama salındığı vaxt
- ☐ sabit təsərrüfat və hesablaşma münasibətləri mövcud olduğu vaxt
- ☐ hesablaşmalar mal alanın anbarında təhvilalma vaxtı

92 Kommersiya sənədləri hansı sənədlərdir?

- ☐ gəmi sahibi tərəfindən dəniz yolu vasitəsilə yükün daşınmağa qəbul edilməsini təsdiq edən sənəddir
- ☐ gəmi sahibinin yükü daşımağa qəbul etməsinin təsdiq olunmasıdır
- ☐ satıcının alıcıya göndərilən mal üçün sənəddə göstərilən məbləğin ödənilməsi barədə tələbini əks etdirən sənəddir
- ☒ əmtəələrin dəyəri, keyfiyyət və kəmiyyət xüsusiyyətləri barədə məlumat verən sənədlərdir
- ☐ yük daşıyan tərəfindən yükün daşınmaya qəbul edilməsi barədə imzalanan sənəddir

93 Məlumatverici reklam nədir?

- ☐ əvvəllər reklamlaşdırılmış əmtəyə olan tələbatın səviyyəsinin saxlanılması məqsədilə həyata keçirilən reklamdır
- ☒ istehlakçılarda yeni əmtəyə qarşı ilkin tələbatı yaratmaq vəzifəsini yerinə yetirmək üçün istifadə olunan reklamdır
- ☐ firma qarşısında seçmə tələbatı yaratmaq vəzifəsi baş qaldırdıqda istifadə olunan reklamdır
- ☐ istehlakçının yaddaşında əmtəə barədə məlumatların yenidən canlandırılması və onu əmtəəni yada salmağa məcbur etməkdə olan reklamdır

- ☐ reklam edilən əmtəəni rəqib firmaların istehsal etdiyi çoxlu sayda əmtəələrdən fərqləndirən və onun müsbət tərəfini göstərən reklamdır

94 Yaranmış situasiyanı tam və doğru təsvir edilməsini nəzərdə tutan tədqiqatlar hansı tədqiqatlardır

- ☐ Müntəzəm
☐ Konstruktiv
☒ Kunzal
☐ Təsviri
☐ Destruktiv

95 Sənaye şpionaçı dedikdə nə başa düşülür?

- ☐ müəssisə rəhbərliyi tərəfindən qəbul olunan normalardır.(əmrələr, sərəncamlar, təlimatlar)
☒ səlahiyyəti olmayan şəxslərin və ya müəssisələrin qeyri-qanuni yolla insafsız satıcılar tərəfindən məlumatların toplanmasıdır.
☐ səlahiyyəti olmayan şəxslərin və ya müəssisələrin kommersiya sirrini təşkil edən məxfi məlumatların toplanmasıdır.
☐ səlahiyyəti olmayan şəxslərin və ya müəssisələrin qeyri-qanuni yolla əliyəri satıcılar tərəfindən məlumatların toplanmasıdır.
☐ səlahiyyəti olmayan şəxslərin və ya müəssisələrin qeyri-qanuni yolla kommersiya sirrini təşkil edən məlumatları toplayan satıcılardır.

96 Real şəraiti xarakterizə edən məlumatların toplanmadığı metod hansıdır?

- ☐ Kunzal
☒ İmitasiya
☐ Operativ
☐ Kəşfiyyat
☐ Təsviri

97 Problemlərlə ona təsir edən amillər arasındakı səbəb-nəticə əlaqəsini aşkar etmək üçün hansı tədqiqatlardan istifadə olunur

- ☐ Təsviri
☒ Kauzal
☐ Təsmiri
☐ Operativ
☐ Müntəzəm

98 Məqsədli problemin mahiyyətini düzgün başa düşməyə imkan verən tədqiqatlar hansılardır?

- ☐ Kunzal
☒ Kəşfiyyat
☐ Operativ
☐ Müntəzəm
☐ Təsviri

99 Kommersiya sirrini necə qorumaq olar?

- ☐ müəssisə rəhbərliyi tərəfindən qəbul olunan qarşılıqlı anlaşmalar vasitəsilə ilə
☒ müəssisə rəhbərliyi tərəfindən qəbul olunan normalardan (əmrələr, sərəncamlar, təlimatlar)vasitəsilə ilə
☐ müəssisə rəhbərliyi tərəfindən qəbul olunan lokal qərarlar vasitəsilə ilə
☐ müəssisə rəhbərliyi tərəfindən qəbul olunan işgüzar müqavilələr vasitəsilə ilə
☐ müəssisə rəhbərliyi tərəfindən qəbul olunan birbaşa sazişlər vasitəsilə ilə

100 Kommersiya məxfiliklərini fərqləndirən amil deyil?

- ☐ texnoloji, istehsal, təşkilatı, marketinq xüsusiyyətləri
☒ siyasi xüsusiyyətləri

- ☐ kommersiya sirrinin təbiəti
- ☐ mülkiyyət mənsubiyyəti
- ☐ təyinatı

101 Aşağıdakılardan hansı kommersiya sirri deyil?

- ☐ Nou-Xau
- ☒ ödənilmiş vergilər
- ☐ marka lahiyyəsi
- ☐ yeni ixtiralar
- ☐ başa çatdırılmamış müqavilələr

102 Aşağıdakılardan hansı kommersiya məxfiliklərini fərqləndirən amillərə aid deyil?

- ☒ siyasi xüsusiyyətləri
- ☐ kommersiya sirrinin təbiəti
- ☐ mülkiyyət mənsubiyyəti
- ☐ təyinatı
- ☐ texnoloji, istehsal, təşkilati, marketinq xüsusiyyətləri

103 ABŞ-da Kommersiya sirri haqqında qanun nə vaxt qəbul olunub?

- ☐ 1990
- ☐ 1984
- ☐ 1961
- ☐ 1985
- ☒ 1979

104 Əvvəlcə hansısa bir probleminin həlli üçün toplanmış məlumatlar hansılardır?

- ☐ Kəşfiyyat
- ☐ Təsmiri
- ☒ Təkrar
- ☐ Təsviri
- ☐ İlkin

105 Marketinqin idarə edilməsinə hansı yanaşmalar mövcuddur

- ☐ sistemli və kompleks yanaşma
- ☒ funksional və instutsional yanaşma
- ☐ sistemli və funksional yanaşma
- ☐ sistemli və instutsional yanaşma
- ☐ kompleksli və instutsional yanaşma

106 Məhsul müəssisənin xüsusi (firma) mağazası vasitəsi ilə satılır. Bu neçə pilləli bölüşdürmə kanalına aiddir

- ☐ 4
- ☒ 0
- ☐ 1
- ☐ 2
- ☐ 3

107 Məhsulun həyat dövrünün hansı mərhələsində müəssisə ziyanla işləyir

- ☐ stabil mərhələsində
- ☒ böhran mərhələsində
- ☐ bazara çıxma mərhələsində
- ☐ sınaq satışı mərhələsində

☐ artım mərhələsində

108 Məhsulun həyat dövrünün hansı mərhələsində müəssisə daha çox mənfəət əldə edir

- ☐ bazara çıxma mərhələsində
- ☒ artım mərhələsində
- ☐ böhran mərhələsində
- ☐ stabil mərhələsində
- ☐ sınaq satışı mərhələsində

109 Aşağıdakı elementlərdən hansı marketinq-miksə aid deyildir

- ☐ məhsul
- ☒ doğru cavab yoxdur
- ☐ həvəsləndirmə
- ☐ bölüşdürmə
- ☐ qiymət

110 Marketinqin ətraf mühiti

- ☐ ölkənin iqtisadi vəziyyətini xarakterizə edən göstəricilər sistemidir
- ☐ müəssisənin istehsal- maliyyə fəaliyyətini xarakterizə edən göstəricilər sistemidir;
- ☐ iqtisadi-sosial amillərdir
- ☒ müəssisənin marketinq fəaliyyətinə təsir edən xarici subyekt və amillərin məcmusudur
- ☐ müəssisənin idarəetmə strukturudur

111 Marketinq-miks özündə hansı elementləri birləşdirir

- ☐ idarəetmə strukturu, bölüşdürmə və satış kanalları, məhsulun mövqeləşdirilməsi;
- ☒ məhsul, qiymət, bölüşdürmə və həvəsləndirmə
- ☐ məhsul, qiymət və müəssisənin idarəetmə strukturu
- ☐ məhsul, bölüşdürmə və satış kanalları, strateji marketinq planlaşdırılması;
- ☐ məhsul, qiymət, ticarət markası və həvəsləndirmə

112 Marketinqin kommersiya amillərinin intensivləşdirilməsi konsepsiyası satışın həcmi hansı amillər hesabına artırmağı nəzərdə tutur

- ☐ yuxarıda göstərilən bütün cavablar doğrudur
- ☐ istehlakçıların davranışının və alış motivlərinin öyrənilməsi
- ☒ satışın həvəsləndirilməsi
- ☐ istehsal texnologiyasının təkmilləşdirilməsi
- ☐ məhsulların texniki-istismar və dəyər parametrlərinin yaxşılaşdırılması

113 İstehlakçının daha yüksək keyfiyyətli məhsula üstünlük verməsi hansı marketinq konsepsiyasına uyğun gəlir

- ☐ sosial-etik marketinq;
- ☒ məhsulların təkmilləşdirilməsi
- ☐ istehsalın təkmilləşdirilməsi
- ☐ kommersiya amillərinin intensivləşdirilməsi
- ☐ istehlakçının marketinqi

114 İstehlakçının, istehsalçının və cəmiyyətin mənafəi hansı marketinq konsepsiyasında daha dolğun nəzərə alınır

- ☐ istehlakçının marketinqi
- ☒ sosial-etik marketinq
- ☐ istehsalın təkmilləşdirilməsi
- ☐ məhsulların təkmilləşdirilməsi

- ☐ kommersiya amillərinin intensivləşdirilməsi

115 Konversiya marketingi tələbatın hansı halında tətbiq edilir

- ☐ tələbat qeyri stabil olduqda
☒ yuxarıdakı cavabların heç bir doğru deyildir
☐ tələbat irrasional olduqda
☐ tələbatın həcmi həddən çox olduqda
☐ tələbat azalmağa doğru meyl etdikdə

116 Demarketing tələbatın hansı halında tətbiq edilir:

- ☐ tələbat qeyri stabil olduqda
☐ tələbat neqativ olduqda
☒ tələbatın həcmi təklifin həcmindən çox olduqda
☐ tələbat azalmağa doğru meyl etdikdə
☐ tələbat irrasional olduqda

117 Aşağıda göstərilənlərdən hansı marketingin funksiyalarına aiddir

- ☐ marketing tədqiqatları; məhsul çeşidinin planlaşdırılması; məhsulların bölüşdürülməsi və satışın təşkili; satışın həvəsləndirilməsi və reklam; marketing nəzarəti;
☒ marketing tədqiqatları; məhsulun çeşidinin planlaşdırılması; məhsulların bölüşdürülməsi və satışın təşkili; satışın həvəsləndirilməsi və reklam; qiymətkoyma;
☐ marketing tədqiqatları; məhsulun çeşidinin planlaşdırılması; müəssisənin bazar mövqeyini müəyyənləşdirilməsi; satışın həvəsləndirilməsi; marketing nəzarəti;
☐ marketing tədqiqatları; məhsulun bazar mövqeyinin qiymətləndirilməsi; məhsulların bölüşdürülməsi və satışın təşkili; satışın həvəsləndirilməsi və reklam; marketing nəzarəti.
☐ situasiyalı təhlil; məhsul çeşidinin planlaşdırılması; məhsulların bölüşdürülməsi və satışın təşkili; satışın həvəsləndirilməsi və reklam; qiymətkoyma

118 Ticarət (məhsul) markası

- ☐ məhsulların identifikasiyası üçün istifadə edilən adlardır
☐ məhsulların identifikasiyası üçün istifadə edilən simvollarıdır
☒ məhsulların identifikasiyası üçün istifadə edilən simvolların və adların məcmusudur
☐ məhsulun keyfiyyət göstəricisidir
☐ istehsal edilən məhsul çeşidlərinin məcmusudur

119 Göndərmə üçün bildiriş nədir?

- ☒ satıcının yük alana malın göndərildiyi barədə məlumat verdiyi sənəddir
☐ əmtəənin daşınması barədə ixracın tələblərini və əmtəə barədə məlumatları əks etdirən sənəddir
☐ sifariş olunan əmtəənin göndərilməyə hazır olması barədə alıcını xəbərdar edən və satıcı tərəfindən verilən sənəddir
☐ əmtəəni alıcıya göndərən satıcı tərəfindən verilən sənəddir
☐ nəqliyyat növünü, göndərmə vaxtını və s. göstərməklə mal göndərən daşıyıcıdan müəyyən miqdar göndərmə üçün yer saxlamasını xahiş etməsi barədə sənəddir

120 Tender nədir?

- ☐ yüksək əhəmiyyətli tədbirlərin həyata keçirilməsi üçün tətbiq olunan fəaliyyət növüdür
☐ hər hansı bir təklifin və ya nou-xaunun alışıdır
☐ hər hansı bir və ya bir neçə təklifin satışıdır
☒ malların göstərilməsi üçün sifarişləri və qənaətli kommersiya əməliyyatlarını yerinə yetirmək məqsədilə təkliflərin həyata keçirilməsidir
☐ mal satışı üçün qənaətli əməliyyatların həyata keçirdiyi əməliyyatlardır

121 Qarşılıqlı mal göndərmələr üzrə qiymətlər əsasən hansı qiymətlər əsasında müəyyənləşdirilir?

- ☒ dünya bazarında təşəkkül tapmış qiymətlər əsasında

- ☐ transfer qiymətlər əsasında
- ☐ tərəflərin razılaşdıqları qiymətlər əsasında
- ☐ məhsul istehsal olunan ölkənin bazarında təşəkkül tapmış qiymətlər əsasında
- ☐ çevik qiymətlər əsasında

122 Marketing tədqiqatlarında hansı materiallardan istifadə olunur?

- ☐ ekoloji,sosial,psixoloji
- ☐ ehtimal nəzəriyyəsi,xətti proqramlaşdırma
- ☒ ümumi, analitik proqnozlaşdırma, ekoloji, sosial, psixoloji, estetik və s.
- ☐ proqramlı məqsədli yanaşma
- ☐ iqtisadi-statistik,iqtisadi-riyazi,

123 Marketingin əsas prinsipləri hansılardır ?

- ☐ İstehlakçıya istiqamətlənmək
- ☒ yuxarıda göstərilənlərin hamısı düzgündür
- ☐ çeviklik, səylərin birləşdirilməsi
- ☐ proqramlı məqsədli yanaşma
- ☐ sistemlilik ,obyektivlilik,dəstlik

124 Yapon davranış kodeksində aşağıdakılardan hansı nəzərə alınmır?

- ☒ rəhbərliyin icazəsi ilə başqa bir yerdə işə düzəlmək
- ☐ Kommersiya sirrinə malik olan məlumatları kənar şəxslərə ötürmək
- ☐ rüşvət vermək, almaq
- ☐ qəsdən iqtisadi ziyan vurmaq
- ☐ müştərilər tərəfdən kommersiyaya olan inamın itirilməsinə səbəb ola biləcək sazişlər bağlamamaq

125 İstehsal sirrindən kommersiya sirrinin fərqi nədir?

- ☐ istehsal sirrinin yalnız müəssisə rəhbəri bilməlidir.
- ☒ kommersiya sirrinə firmanın ticarət münasibətlərinə aid olan məlumatlar daxil edilir
- ☐ istehsal sirri yalnız müəyyən sahələri əhatə edir. Kommersiya sirrinə isə daha çox sahə daxildir
- ☐ kommersiya sirri istehsal sirrindən daha çox məxfiliyi ilə fərqlənir
- ☐ kommersiya sirrinə istehsal avadanlıqları haqqında məlumatlar daxildir

126 Çinin Dövlət Şurası Kommersiya təhlükəsizlik xidmətləri haqda əsasnaməni nə vaxt qəbul edib?

- ☐ 2000
- ☒ 1988
- ☐ 1990
- ☐ 1999
- ☐ 2008

127 Azərbaycan Respublikası haqsız rəqabət haqqında qanun nə vaxt qəbul olunub?

- ☐ 10 mart 1959 cu il
- ☒ 2 iyun 1995 ci il
- ☐ 4 aprel 1992 ci il
- ☐ 23 fevral 1960 cı il
- ☐ 9 mart 1992 ci il

128 Hansı müqavilələrə Vyana konvensiyası tətbiq olunur?

- ☐ yalnız milli xarakterli müqavilələrə
- ☒ yalnız beynəlxalq xarakterli müqavilələrə
- ☐ bütün növ müqavilələrə
- ☐ lizin müqavilələrinə

- ☐ həm beynəlxalq, həm də milli xarakterli müqavilələrə

129 Son istehlakçıların yerləşmə sıxlığının səviyyəsi aşağı və onların tələbatının həcmi az olduğu halda hansı bölüşdürmə kanallarından istifadə etmək məqsədəuyğundur

- ☐ istehsalçı-istehlakçı
☒ istehsalçı-topdansatış-pərakəndə satış-istehlakçı
☐ istehsalçı-topdansatış-kiçik topdansatış-istehlakçı
☐ istehsalçı-topdansatış-istehlakçı
☐ istehsalçı-agent-topdansatış-istehlakçı

130 Müəssisə marka strategiyasını hazırlayarkən həm müəssisənin, həm də məhsulun adından eyni zamanda istifadə edir. Bu marka strategiyası neçə adlanır

- ☐ markasız məhsul strategiyası
☒ müəssisənin adı ilə məhsulun adının əlaqələndirilməsinə əsaslanan marka strategiyası
☐ fərdi marka strategiyası
☐ ümumi marka strategiyası
☐ müxtəlif çeşidlərə müxtəlif marka adlarının verilməsi strategiyası

131 Ümumi marka strategiyasının üstünlüyü

- ☐ markaya ad verilməsi prosesinin sadəliyidir
☐ məhsulun yüksək keyfiyyətliliyini təmin etməsidir
☐ markasının şöhrətinin saxlanması və qorunmasına çəkilən xərclərin səviyyəsinin yüksək olmasıdır
☒ hər bir çeşidin bazara yeridilməsi ilə əlaqədar olan xərclərin səviyyəsinin aşağı olmasıdır
☐ konkret məhsul çeşidinin uğursuzluğunun digər çeşidlərin mövqeyinə təsir etməməsidir

132 İllik marketing nəzarətinin funksiyası

- ☐ marketing fəaliyyətinin auditidir
☐ strateji marketing planlarının yerinə yetirilməsinin təhlili, kənarlaşmaların aşkar edilməsi və bu kənarlaşmaların aradan qaldırılması üzrə tədbirlərin hazırlanması
☐ müəssisənin marketing planlarının ətraf mühit amilləri arasında uyğun gəlmə səviyyəsinin qiymətləndirilməsi və kənarlaşmaların aşkar edildiyi halda zəruri tədbirlərin həyata keçirilməsi
☒ illik marketing planlarında müəyyən edilmiş plan tapşırıqlarının yerinə yetirilmə səviyyəsinin müəyyən edilməsi və ona zəruri korrektələri edilməsidir
☐ müəssisənin marketing strategiyasının bazar imkanlarına uyğun gəlməsinin müəyyənləşdirilməsidir

133 Marketing nəzarətinin təşkilinə hansı mərhələdən başlanır

- ☒ müəyyən edilmiş plan tapşırıqlarının korrektə edilməsindən
☐ marketing nəzarətinin məqsədinin müəyyənləşdirilməsindən və marketing fəaliyyətinin qiymətləndirilməsindən
☐ müəyyən edilmiş plan tapşırıqlarından kənarlaşmaların müəyyənləşdirilməsindən
☐ marketing nəzarətinin məqsədinin və nəzarət ediləcək göçtəricilərin müəyyənləşdirilməsindən
☐ marketing fəaliyyətinin daima izlənməsindən

134 Marketing nəzarəti

- ☐ marketingin planlaşdırılması və idarə edilməsi prosesidir
☐ marketing tədqiqatlarının gedişinə nəzarət edilməsidir
☐ SWOT-analizdir
☒ marketing üzrə müəyyən edilmiş plan tapşırıqlarından kənarlaşmaların aşkar edilməsi və zəruri hallarda, onların korrektə edilməsidir
☐ müəssisənin istehsal-maliyyə fəaliyyətinin və qiymətləndirilməsi və zəruri hallarda, onun korrektə edilməsidir

135 Marketingin regional idarəetmə strukturunda marketing fəaliyyəti

- ☐ müxtəlif çeşidlər üzrə yaradılmış struktur vahidləri tərəfindən həyata keçirilir
☐ müxtəlif məhsullar üzrə yaradılmış struktur vahidləri tərəfindən həyata keçirilir

- ☐ müxtəlif funksiyalar üzrə yaradılmış struktur vahidləri tərəfindən həyata keçirilir
- ☒ müxtəlif regionlar üzrə yaradılmış struktur vahidləri tərəfindən həyata keçirilir
- ☐ müxtəlif bazarlar (istehlakçı qrupları) üzrə yaradılmış struktur vahidləri tərəfindən həyata keçirilir

136 Marketingin bazar yönümlü idarəetmə strukturunda marketing fəaliyyəti

- ☐ müxtəlif çeşidlər üzrə yaradılmış struktur vahidləri tərəfindən həyata keçirilir
- ☐ müxtəlif məhsullar üzrə yaradılmış struktur vahidləri tərəfindən həyata keçirilir
- ☐ müxtəlif funksiyalar üzrə yaradılmış struktur vahidləri tərəfindən həyata keçirilir
- ☒ müxtəlif bazarlar (istehlakçı qrupları) üzrə yaradılmış struktur vahidləri tərəfindən həyata keçirilir
- ☐ müxtəlif regionlar üzrə yaradılmış struktur vahidləri tərəfindən həyata keçirilir

137 Marketingin idarə edilməsi prosesi özündə aşağıdakı əməliyyatları birləşdirir:

- ☐ müəssisənin bazar imkanlarının təhlilini, məqsəd bazarlarının seçilməsini marketing kompleksinin hazırlanmasını, marketing tədbirlərinin həyata keçirilməsini, istehsal texnologiyasının və istehsalın təşkilinin təkmilləşdirilməsini
- ☐ müəssisənin bazar imkanlarının təhlilini, məqsəd bazarlarının seçilməsini, istehsalın planlaşdırılmasını və istehsal planlarının tərtib edilməsini, marketing tədbirlərinin həyata keçirilməsini və müəssisənin maliyyə-təsərrüfat fəaliyyətinin planlaşdırılmasını
- ☐ müəssisənin bazar imkanlarının təhlilini, məqsəd bazarlarının seçilməsini, marketing kompleksinin hazırlanmasını və marketing tədbirlərinin həyata keçirilməsini
- ☒ müəssisənin bazar imkanlarının təhlilini, məqsəd bazarlarının seçilməsini, marketing kompleksinin hazırlanmasını, marketing planlarının tərtib edilməsini və realizasiyasını, bu planların yerinə yetirilməsinə nəzarətin həyata keçirilməsini
- ☐ müəssisənin bazar imkanlarının təhlilini, məqsəd bazarlarının seçilməsini, marketing kompleksinin hazırlanmasını, marketing tədbirlərinin həyata keçirilməsini və yeni istehsal güclərinin istifadəyə verilməsini

138 Marketingin idarə edilməsinə funksional yanaşmada marketingə necə baxılır

- ☐ marketingin ətraf mühitinə dair informasiyanın toplanması, onların təhlili, istehlakçıların tələbatının, alış motivlərinin və davranışının öyrənilməsi prosesi kimi baxılır
- ☐ marketingin ətraf mühitinə dair informasiyanın toplanması, onların təhlili, istehlakçıların tələbatının, alış motivlərinin və davranışının öyrənilməsi prosesi kimi baxılır
- ☐ marketingin informasiya sisteminin yaradılması, marketing tədqiqatlarının aparılması və marketing fəaliyyətinin həyata keçirilməsi üzrə tövsiyələrin hazırlanması kimi baxılır
- ☒ hər hansı bir marketing probleminin təşkili və onun həyata keçirilməsi üzrə fəaliyyət kimi baxılır
- ☐ bu fəaliyyətə rəhbərliyi həyata keçirən mənecrlər və ya mənecr qrupuna verilmiş hüquq və səlahiyyətlərə aid olan sərəncam və vəzifələrin ayrı-ayrı işçilər və işçi qrupları arasında bölüşdürülməsi üzrə idarəetmə vasitəsi kimi baxılır

139 Marketing menecmentin vəzifəsi

- ☐ müəssisənin xarici şirkətlərlə əlaqəsinin təşkili və xarici bazarlara məhsul çıxarılmasının təmin edilməsidir
- ☐ marketing üzrə mütəxəssislərin hazırlanması, seçilməsi və onların ixtisas səviyyəsinin yüksəldilməsidir
- ☐ müəssisənin marketing bölməsinin idarəetmə strukturunun hazırlanması və struktur vahidlərinin vəzifəsini müəyyənləməkdir
- ☒ tələbin səviyyəsinə təsir etməklə müəssisənin qarşıya qoyduğu məqsədə (məqsədlərə) nail olunmasının təmin edilməsidir
- ☐ müəssisənin ayrı-ayrı bölmələri arasında əlaqənin təşkilidir

140 F. Kotlerə görə marketing menecment

- ☐ müəssisənin məhsul portfelinin tərtibi və onun həyata keçirilməsidir prosesidir
- ☐ məhsul üzrə illik marketing planlarının tərtibi və onların həyata keçirilməsidir
- ☐ müəssisənin strateji marketing planlaşdırılması və onun həyata keçirilməsi prosesidir
- ☒ məhsulların qiymətdəyişmə, irəlilədilməsi və bölüşdürülməsi siyasətinin hazırlanması və realizasiyası prosesidir
- ☐ ticarət-bölüşdürmə şəbəkəsinin təşkili, məhsulların satışının planlaşdırılması və satışın həyata keçirilməsi prosesidir

141 İctimaətlə əlaqənin əsas xüsusiyyəti

- ☐ geniş istehlakçı auditoriyasına ünvanlanmasıdır

- ☐ pullu olması (haqqı ödənilməklə) və dolayısı müraciət formasında həyata keçirilməsidir
- ☐ pullu olması (haqqı ödənilməklə) və birbaşa müraciət formasında həyata keçirilməsidir
- ☒ pulsuz olması (heç bir haqq ödənilmədən) və dolayısı müraciət formasında həyata keçirilməsidir
- ☐ pulsuz olması (heç bir haqq ödənilmədən) və birbaşa müraciət formasında həyata keçirilməsidir

142 Marketing konsepsiyasına görə müəssisənin istehsal-satış fəaliyyətinin planlaşdırılmasına nədən başlanılır

- ☐ məhsulların görünüşünün, dizaynının və qablaşdırılmasının yaxşılaşdırılması və təkmilləşdirilməsindən
- ☐ məhsulların modifikasiyasından
- ☐ yeni məhsulların variantlarının hazırlanması və istehsalından
- ☒ istehlakçıların tələbatlarının və problemlərinin öyrənilməsindən
- ☐ müəssisənin istehsal bazasının təşkili üzrə tədbirlərin planlaşdırılmasından;

143 Marketing konsepsiyasına görə müəssisə maksimum mənfəət əldə edilməsinə nəyin hesabına nail olmalıdır

- ☐ bölüşdürmə və satış kanallarının düzgün seçilməsi
- ☐ daha çox məhsul satılması
- ☐ məhsulun istehsalına və satışına çəkilən xərclərin ixtisar edilməsi
- ☒ istehlakçıların tələbatlarının öyrənilməsinə və onların daha dolğun ödənilməsi;
- ☐ yeni məhsullar hazırlanmasına və mövcud məhsulların xüsusiyyətlərinin təkmilləşdirilməsi

144 İstehlakçının və istehsalçının mənafehi hansı marketing konsepsiyasında daha dolğun nəzərə alınır:

- ☐ passiv marketing
- ☐ məhsulların təkmilləşdirilməsi
- ☐ istehsalın təkmilləşdirilməsi
- ☒ istehlakçının marketinqi
- ☐ kommersiya amillərinin intensivləşdirilməsi

145 Aşağıda göstərilənlərdən hansı marketingin təkmülünü tam əhatə edir:

- ☐ məhsulun təkmilləşdirilməsi, kommersiya amillərinin intensivləşdirilməsi, istehlakçının marketinqi və sosial-etik marketing
- ☐ yalnız kommersiya amillərinin intensivləşdirilməsi
- ☐ yalnız istehsalın və məhsulun təkmilləşdirilməsi
- ☒ istehsalın təkmilləşdirilməsi, məhsulun təkmilləşdirilməsi, kommersiya amillərinin intensivləşdirilməsi, istehlakçının marketinqi və sosial-etik marketing
- ☐ yalnız istehlakçının marketinqi və sosial-etik marketing

146 Marketingin regional yönümlü idarəetmə strukturundan hansı müəssisənin istifadə etməsi daha məqsədəuyğundur

- ☐ qeyri mərkəzləşdirilmiş idarəetmə prinsipinə əsaslan müəssisələrin
- ☐ spesifik xüsusiyyətlərə malik olan geniş çeşiddə məhsul istehsal edən və qeyri mərkəzləşdirilmiş idarəetmə prinsipinə əsaslan müəssisələrin
- ☐ məhsul çeşidi və fəaliyyət bazarları məhdud olan müəssisələrin
- ☒ dünyanın müxtəlif ölkə və regionlarında məhsul satan müəssisələrin; regional içi strukturu
- ☐ istehlakçıların məhsul seçimi və davranışı bir-birindən fərqlənən, məhsulları spesifik xidmət tələb edən müəssisələrin

147 Aşağıda göstərilənlərdən hansı marketing fəaliyyətinə aid edilmir

- ☐ məhsulların satış kanallarının seçilməsi
- ☐ reklam kampaniyaların həyata keçirilməsi
- ☐ bazarın tutumunun proqnozlaşdırılması
- ☒ məhsulların istehsal texnologiyası
- ☐ qiymət siyasətinin hazırlanması və həyata keçirilməsi

148 Müəssisə yalnız bir çeşiddə məhsul istehsal edir və bütün bazar segmentlərində onu eyni qiymətə satır. Onun reklamı da eyni tiplidir və bütün istehlakçılar üçün nəzərdə tutulmuşdur. Bu halda müəssisənin marketing fəaliyyəti marketingin hansı formasına uyğun gəlir

- ☐ təmərküzləşdirilmiş marketing formasına
- ☐ birbaşa marketing formasına
- ☐ aktiv marketing formasına
- ☒ differensiallaşdırılmamış marketing formasına
- ☐ differensiallaşdırılmış marketing formasına

149 Aşağıda göstərilənlərdən hansı marketingin prinsiplərinə aiddir

- ☐ yüksək keyfiyyətli xidmət növlərinin tətbiq edilməsi
- ☐ müəssisənin material resursları ilə vaxtında təmin edilməsi
- ☐ müəssisənin maliyyə imkanlarının nəzərə alınması
- ☒ insan amilinin nəzərə alınması
- ☐ müəssisənin satış imkanlarının nəzərə alınması

150 Məhsullara ştrixli kodların verilməsində məqsəd

- ☐ məhsulların gömrük və müəssisədaxili uçotunun aparılmasının təmin edilməsidir;
- ☐ marketing informasiya sisteminin yaradılması prosesinin avtomatlaşdırılmasının təmin edilməsidir
- ☐ müəssisənin məhsulunun bütün beynəlxalq bazarlarda tanınması və identifikasiya edilməsinin təmin edilməsidir
- ☒ yuxarıda göstərilən bütün variantlar doğrudur
- ☐ hesablama əməliyyatlarının aparılmasının asanlaşdırılması və məhsulların satış dinamikasının öyrənilməsidir

151 Məhsullara ticarət (məhsul) markasının verilməsində məqsəd

- ☐ satıcı və ya satıcılar qrupunun məhsulunun uçotunun asanlaşdırılmasıdır
- ☐ satıcı və ya satıcılar qrupunun məhsul nomenklaturasının genişliyini diqqətə çatdırmaqdır
- ☐ satıcı və ya satıcılar qrupunun məhsulunun yüksək istehlak xüsusiyyətlərinə malik olmasını göstərməkdir
- ☐ satıcı və ya satıcılar qrupunun məhsulunun yüksək keyfiyyətə malik olmasını göstərməkdir
- ☒ satıcı və ya satıcılar qrupunun məhsulunun rəqiblərin məhsulundan fərqləndirilməsi və identifikasiya edilməsidir

152 Marketingin məhsul siyasətinin hazırlanmasının məqsədi

- ☐ məhsulların reklam kompaniyasının təşkili və satışının həvəsləndirilməsi tədbirlərinin həyata keçirilməsidir
- ☐ mövcud istehlakçıların saxlanması və yeni istehlakçıların cəlb edilməsi üzrə tədbirlərin hazırlanmasıdır
- ☐ məhsulgöndərənlərlə və alıcılarla müqavilələrin tərtib edilməsidir
- ☒ məhsul çeşidinin müəyyənləşdirilməsi, məhsulun həyat dövrünün idarə edilməsi və məhsulla əlaqədar olan digər tədbirlərin həyata keçirilməsidir
- ☐ məhsulların saxlanması və nəql edilməsi texnologiyasının hazırlanmasıdır

153 Məhsulun rəqabət qabiliyyətliyi

- ☐ məhsulun yüksək keyfiyyətə malik olması qabiliyyətidir
- ☐ qiymətin aşağı olmasıdır
- ☐ konkret zaman kəsiyində konkret regionda ən yüksək keyfiyyətli olmasıdır
- ☒ konkret zaman kəsiyində konkret regionda məhsulun eyni növdən (eyni qəbildən) olan məhsullara nisbətən özünü daha effektiv «sata bilmə» qabiliyyətidir
- ☐ konkret zaman kəsiyində konkret regionda satışın həcmi və bazar payının artmasıdır

154 Kommersiya hesabı hansı sənəddir?

- ☐ Hər bir növ üzrə əmtəə vahidini əks etdirən və özündə hesab və spesifikasiyanın rekvizitlərini birləşdirən sənəddir
- ☐ Əmtəənin nəzərdə tutulan ölkədə qəbulu zamanı yazılan sənəddir
- ☐ Hesablama sənədi olmayan, lakin hesab kimi əmtəə partiyasının qiyməti barədə məlumatı əks etdirən sənəddir
- ☒ Satıcının alıcıya göndərilən mal üçün sənəddə göstərilən məbləğin ödənilməsi barədə tələbini əks etdirən sənəddir
- ☐ Alıcı tərəfindən mal tam qəbul olunduqdan sonra yazılan hesabdır

155 Göndərilmə üçün order nədir?

- ☐ Sifariş olunan əmtənin göndərilməyə hazır olması barədə alıcını xəbərdar edən və satıcı tərəfindən verilən sənəddir
- ☐ Əmtənin daşınması barədə ixracın tələblərini və əmtəə barədə məlumatları əks etdirən sənəddir
- ☐ Nəqliyyat növünü, göndərilmə vaxtını və s. göstərməklə mal göndərəninin daşıyıcıdan müəyyən miqdar göndərmə üçün yer saxlanmasını xahiş etməsi barədə sənəddir
- ☒ Əmtənin alıcıya göndərilməsi haqda satıcı tərəfindən verilən sənəddir
- ☐ Satıcının yük alana malın göndərildiyi barədə məlumat verdiyi sənəddir

156 Riskin azaldılması üsulu hansıdır?

- ☐ müqavilə bağlamaq
- ☐ riskin artırılması
- ☐ sığortaya alma
- ☒ hecləşmə
- ☐ katastrofik riskin azaldılması

157 Nitqə verilən tələblər hansılardır?

- ☐ hadisələrə birbaşa müdaxilə qabiliyyəti, özünü müdafiə
- ☐ subyektiv, müdaxilə az danışmaq
- ☐ dəqiqlik, kəsərlik, obyektivlik bacarığı
- ☒ bilgilik, məntiqlik, savadlı, loqik, emosional çalarlar vermək
- ☐ obyektiv düşüncə, dinləməkdənsə müdaxilə etmək

158 Kommersiya sazişi bağlamaq haqda formal təklif necə adlanır?

- ☐ reklamasiya
- ☐ protokol
- ☐ ofertaya cavde
- ☒ oferta
- ☐ sorğu

159 Kommersiya işində risk edilən hansı katastrofik riskdir?

- ☐ gəlirlərin bir hissəsinin geri qaytarılmasıdır
- ☐ müflisləşmə ilə bağlı riskdir
- ☐ mənfəət itirilir
- ☒ gəlirlər itirilir
- ☐ ikinci dərəcəli mənfəətlərin itirilməsidir

160 Kommersiya fəaliyyətində mümkün risk nədir?

- ☐ mənfəətin bir hissəsinin itirilməsi, 2-ci dərəcəli gəlirlərin artması ilə əlaqədar riskdir
- ☐ mənfəətlə bərabər, müəssisənin ləğv olunması nəzərdə tutulub
- ☐ mənfəətin artması ehtimal olunur
- ☒ mənfəətin itirilməsi ehtimal olunur
- ☐ müflisləşmə, tamamilə müəssisənin dağılması ilə bağlı riskdir

161 Kommersant etiketinə nələr daxildir?

- ☐ özünü təqdim etmə, tanışlıq, işgüzar yazışmalar və telefon danışqları, xarici görünüşə, geyimə, maneralara diqqət etmək, nitqə tələblər, iqtisadi, siyasi biliklər
- ☐ özünü təqdim etmə, tanışlıq, işgüzar danışqların aparılması qaydaları, işgüzar yazışmalar və telefon danışqları, xarici görünüşə, geyimə fikir vermək, kargüzarlıq qabiliyyəti, sac düzüümü
- ☐ özünü təqdim etmə, işgüzar danışqların aparılması qaydaları, işgüzar yazışmalar və telefon danışqları, xarici görünüşünə, geyimə, saç düzüümünə diqqət etmək, nitqə tələblər, marka və əmtəə nişanlarını mənimsəmək
- ☒ özünü təqdim etmə, tanışlıq, işgüzar danışqların aparılması qaydaları, işgüzar yazışmalar və telefon danışqları, xarici görünüşə, geyimə, maneralara diqqət etmək, nitqə tələblər, işgüzar protokol bilikləri

- ☐ özünü təqdim etmə, tanışlıq, işgüzar danışıqların aparılması qaydaları, işgüzar yazışmalar və telefon danışıqları, xarici görünüşə, geyimə diqqət etmək, texniki biliklər

162 İşgüzar görüşlərin keçirilməsi qaydası necə adlanır?

- ☐ mədəniyyət
☒ işgüzar protokol
☐ etiket
☐ etik kodeks
☐ protokol forması

163 İnsanların, hər hansı peşəkar qrupun davranışının əxlaq normaları sistemi necə adlanır?

- ☐ etiket
☒ etika
☐ protokol
☐ mədəniyyət
☐ loqistika

164 Kommersiya riski nədir?

- ☐ mümkün xeyirli xüsusiyyətlərə malik mənfəətə nail olmaq üçün atılan addımdır
☒ kommersiya fəaliyyəti nəticəsində mümkün ziyanə məruz qalmaq və ya itkilərin olmasıdır
☐ mənfəətin itirilməsi və gəlirlərin bir hissəsinin geri alınmaması ehtimalıdır
☐ mənfəətin itirilməsi ehtimalıdır
☐ mal alınması zamanı yükün korlanması və itirilməsidir

165 Marketingin məhsulyönümlü idarəetmə strukturunda marketing fəaliyyəti:

- ☐ müxtəlif funksiyalar üzrə yaradılmış struktur vahidləri tərəfindən həyata keçirilir
☐ müxtəlif bazarlar (istehlakçı qrupları) üzrə yaradılmış struktur vahidləri tərəfindən həyata keçirilir
☐ müxtəlif regionlar üzrə yaradılmış struktur vahidləri tərəfindən həyata keçirilir
☐ müxtəlif müəssisələr üzrə yaradılmış struktur vahidləri tərəfindən həyata keçirilir
☒ müxtəlif məhsullar üzrə yaradılmış struktur vahidləri tərəfindən həyata keçirilir

166 Aşağıda göstərilən halların hansında differensiallaşdırılmış marketing formasının tətbiqi məqsəduyğundur

- ☐ müəssisə bütün kateqoriyalı istehlakçıların tələbatını ödəmək gücündədir
☐ istehlakçıların tələbatları, zövqləri, alış motivləri eynidir
☐ müəssisə məhsulun modifikasiyasını həyata keçirmir
☒ istehlakçıların tələbatları, zövqləri, alış motivləri bir-birindən ciddi surətdə fərqlənir;
☐ müəssisə eyni bir təkliflə bütün bazar segmentlərinə müraciət edir

167 Aşağıda göstərilənlərdən hansı marketingin prinsiplərinə aiddir

- ☐ müəssisənin maliyyə imkanlarının nəzərə alınması
☒ yüksək istehsal-satış nəticələrinə nail olunması
☐ müəssisənin istehsal güclərinin nəzərə alınması
☐ yüksək keyfiyyətli məhsul istehsal edilməsi
☐ müəssisənin material resursları ilə vaxtında təmin edilməsi;

168 Aşağıda göstərilənlərdən hansı marketingin prinsiplərinə aiddir

- ☐ yüksək keyfiyyətli məhsul istehsal edilməsi
☐ müəssisənin istehsal güclərinin nəzərə alınması
☒ məqsədili-proqramlı yanaşma
☐ müəssisənin material resursları ilə vaxtında təmin edilməsi
☐ müəssisənin maliyyə imkanlarının nəzərə alınması

169 Aşağıda göstərilənlərdən hansı marketinqin prinsiplərinə aiddir

- ☐ müəssisənin maliyyə imkanlarının nəzərə alınması
- ☒ bazarın tələbatına uyğunlaşma
- ☐ yüksək keyfiyyətli məhsulların satışı
- ☐ müəssisənin material resursları ilə vaxtında təmin edilməsi
- ☐ bazarın tələbatına uyğunlaşmamaq

170 Aşağıda göstərilənlərdən hansı marketinqin prinsiplərinə aiddir

- ☐ müəssisənin material resursları ilə vaxtında təmin edilməsi
- ☒ bazarın tələbatının hərtərəfli öyrənilməsi
- ☐ yüksək keyfiyyətli məhsul istehsal edilməsi
- ☐ müəssisənin istehsal güclərinin nəzərə alınması
- ☐ müəssisənin maliyyə imkanlarının nəzərə alınması

171 Marketinqin prinsirləri dedikdə

- ☐ marketinqin idarə edilməsi başa düşülür
- ☐ marketinq fəaliyyətində həyata keçirilən tədbirlər başa düşülür
- ☒ əməl edilməsi zəruri olan müddəalar başa düşülür
- ☐ marketinq fəaliyyətinin planlaşdırılması başa düşülür
- ☐ marketinqin auditi başa düşülür

172 Aşağıda göstərilənlərdən hansı marketinqin funksiyasına aiddir

- ☐ sistemli təhlil
- ☐ SWOT-analiz
- ☐ kompleks təhlil;
- ☒ reklam və satışın həvəsləndirilməsi
- ☐ marketinq nəzarəti

173 Aşağıda göstərilənlərdən hansı marketinqin funksiyasına aiddir

- ☐ marketinq planlaşdırılması
- ☒ məhsul çeşidinin planlaşdırılması
- ☐ sistemli təhlil
- ☐ SWOT-analiz
- ☐ kompleks təhlil

174 Aşağıda göstərilənlərdən hansı marketinqin funksiyasına aiddir

- ☐ marketinqin planlaşdırılması
- ☐ SWOT-analiz
- ☒ marketinq tədqiqatları
- ☐ sistemli təhlil
- ☐ kompleks təhlil

175 Aşağıda göstərilənlərdən hansı marketinqin funksiyasına aid deyildir

- ☐ reklam və satışın həvəsləndirilməsi
- ☒ sistemli təhlil
- ☐ marketinq tədqiqatları
- ☐ məhsul çeşidinin planlaşdırılması
- ☐ qiymətqoyma

176 Marka emblemi (nişanı):

- ☐ ticarət markasıdır

- ☒ ticarət markasının tanınma bilən, lakin tələffüz edilə bilməyən hissəsidir
- ☐ ticarət markasında istifadə edilən simvollarıdır
- ☐ ticarət markasının tələffüz edilə bilən hissəsidir
- ☐ istehsal edilən məhsulların çeşiddidir

177 Marka adı:

- ☐ istehsal edilən məhsul nomenklaturasıdır
- ☐ ticarət markasıdır
- ☐ ticarət markasında istifadə edilən simvollarıdır
- ☒ ticarət markasının tələffüz edilə bilən hissəsidir
- ☐ istehsal edilən məhsulların çeşiddidir

178 Xərclər üzrə liderlik strategiyasında müəssisə həm satışın həcmi, həm də bazar payını artırmağa aşağıdakı amillər hesabına nail olmağa çalışır

- ☐ məhsulların istehlak xüsusiyyətlərini təkmilləşdirmək və istehsal edilən məhsulların differensiallaşdırılması
- ☒ məhsula çəkilən xərcləri azaltmaq hesabına
- ☐ əlavə investisiyalar qoymaq və istehsalın maddi-texniki bazasını gücləndirmək hesabına
- ☐ əlavə investisiyalar qoymaq və istehsal texnologiyasının təkmilləşdirilməsi hesabına
- ☐ məhsulların istehlak xüsusiyyətlərini təkmilləşdirmək və fəaliyyətini subseqlərdə cəmləşdirmək hesabına

179 Topdan ticarət müəssisələri alıcılara hansı xidməti göstərmir?

- ☐ informasiya, konsaltinq
- ☒ marketing kompleksinin modifikasiyasını
- ☐ tələbin qiymətləndirilməsini
- ☐ istehsal çeşidinin ticarət çeşidinə çevrilməsini
- ☐ saxlanma

180 Kommersiya işinin səmərəsini qiymətləndirərkən nələr əhəmiyyətlidir?

- ☐ bir icarəyə düşən mənfəətin məbləği
- ☐ rentabeliliyin 1 manatda düşən hissəsi
- ☐ rentabellik
- ☒ mənfəətlə çəkilən xərclərin müqayisəsi
- ☐ mənfəətin əmək haqqı fonduna nisbəti

181 Əməliyyat mənfəəti nədir?

- ☐ rentabelliğin mal dövriyyəsinə nisbətidir
- ☐ xalis mənfəətlə tədavül xərclərinin cəmindən ibarətdir
- ☐ istehsal xərclərindən əlavə dəyər vergisini çıxıldıqdan sonra qalan hissədi
- ☒ ticarət gəlirləri ilə tədavül xərcləri arasında fərqdən ibarətdir
- ☐ mənfəətdən əlavə dəyər vergisini çıxıldıqdan sonra qalan hissədir

182 Əmtəənin topdan satışı üzrə kommersiya əməliyyatlarına aşağıdakılardan hansı daxil deyil?

- ☐ əmtəə alıcıları ilə müqavilələrin yerinə yetirilməsinin uçotunun təşkili
- ☐ əmtəələrin topdan alıcılarının tapılması
- ☐ əmtəə alıcıları ilə təsərrüfat əlaqələrinin yaradılması
- ☒ istehsalçı müəssisələr ilə əməkdaşlıq edərək tələbin öyrənilməsinin təşkili
- ☐ topdan müəssisələr tərəfindən müştərilərə xidmət göstərilməsinin təşkili

183 Komissioner kimdir?

- ☐ malların açıq sərgi nümayişi ilə satılmasında iştirak edən şəxs
- ☐ ərzaq mallarının ticarət mərkəzində satışını həyata keçirir
- ☐ öz adından başqasının xeyrinə öz hesabına əmtəə satan vasitəçi

- ☒ komission haqqını alıb, öz işini bitirmiş ticarət agenti
- ☐ mebel və iri məişət məmulatlarını nümunələrlə satandır

184 Konsiqnat kimdir?

- ☐ qısa müddət alıcı və satıcını əlaqələndirən vasitəçi
- ☐ sərəncamında əmtələr olan, lakin onların sahibi olmayan şəxs
- ☐ sərəncamında əmtəə olmayan, yalnız müqavilə olan vasitəçi
- ☒ səyyar satıcı olaraq yalnız komissiyon haqqı tələb edən aralıq satıcıdır
- ☐ anbarı olan, mal satmaq üçün yüksək peşəkarlığı olan şəxs

185 Topdan ərzaq bazarının funksiyası deyil?

- ☐ yeni iş yerlərinin açılması. kənd əhalisinin şəhərə axınının qarşısının alınması
- ☐ ilboyu əhalini keyfiyyətli ərzaq məhsulları ilə təchiz etmək
- ☐ bütün malgöndərənlərə rəqabətli bazara çıxmaq imkanı vermək
- ☒ tender və müsabiqələr vasitəsi ilə ərzaq məhsullarının satışının təşkili
- ☐ kənd təsərrüfatı və ərzaq məhsullarının alqı-satqısı üçün abad bir yerin ayrılması

186 Yarmarka ticarətinin təşkili zamanı onun keçirilməsinin əsas mərhələləri hansılardır?

- ☐ başlanğıc, satış
- ☐ təşkilati və yekun
- ☐ alışdan əvvəl, alışdan sonra
- ☒ başlanğıc, təşkilati, yekun
- ☐ təşkilati, satış

187 Yarmarka ticarətinin əsas məqsədi nədir?

- ☐ qiyməti simvolik olaraq təyin edilən ildə bir dəfə keçirilən topdan ticarətdir
- ☐ daimi fəaliyyət göstərən topdan ticarətin bir növüdür
- ☐ əmtəə birjasının bir növü olmaqla, topdan ticarəti həyata keçirir
- ☒ əmtələrin topdan satışı və alış, satıcılarla alıcılar arasında birbaşa müqavilələrin bağlanmasıdır
- ☐ qiyməti simvolik olaraq təyin edilən ildə bir dəfə keçirilən pərakəndə ticarətdir

188 Mümkün risk nədir?

- ☐ mənfəətin bir hissəsinin itirilməsi, 2-ci dərəcəli gəlirlərin artması ilə əlaqədar riskdir
- ☐ mənfəətlə bərabər, müəssisənin ləğv olunması nəzərdə tutulub
- ☐ mənfəətin artması ehtimal olunur
- ☒ mənfəətin itirilməsi ehtimal olunur
- ☐ müflisləşmə, tamamilə müəssisənin dağılması ilə bağlı riskdir

189 Risk nədir?

- ☐ mənfəətin itirilməsi və gəlirlərin bir hissəsinin geri alınmaması ehtimaldır
- ☐ mal alınması zamanı yükün korlanması və itirilməsidir
- ☐ kommersiya fəaliyyəti nəticəsində mümkün ziyanə məruz qalmaq və ya itkilərin olmasıdır
- ☒ mümkün xeyirli xüsusiyyətlərə malik mənfəətə nail olmaq üçün atılan addımdır
- ☐ mənfəətin itirilməsi ehtimalıdır

190 Reklamasiya nədir?

- ☐ «əmtənin vaxtında alınması barədə alıcının satıcıya göndərdiyi təşəkkür mənsubudur
- ☐ alıcının satıcıya iradı
- ☐ alıcının satıcıya etirazı barədə mal göndərənə tələbnaməsidir
- ☒ müqavilə şərtlərində nəzərdə tutulmuş öhdəlikləri düzgün yerinə yetirmədikdə, mal alanın mal verəndən etdiyi tələbdir
- ☐ satıcının alıcıya iradı

191 Sorğu?

- ☐ özündə istehsalçının alıcıya müraciətini əks etdirən işgüzar aktdır
- ☐ özündə istehsalçının alıcıya müraciətini əks etdirən işgüzar protokoldur
- ☐ özündə istehsalçının alıcıya müraciətini əks etdirən kommersiya sənədidir
- ☒ özündə satıcının alıcıya müraciətini əks etdirən «kommersiya sənədidir»
- ☐ özündə istehsalçının alıcıya müraciətini əks etdirən müqavilədir

192 Mövsümi bazar qiyməti nədir?

- ☐ tez xarab olan ərzaq mallarına aid edilir
- ☐ şəxsi istehlak mallarına aid edilir
- ☐ məhsulun təzə yetişən dövrü üçün müəyyən edilir
- ☒ istehsalı mövsümi xarakter daşıyan malların qiymətləridir
- ☐ şəxsi müəssisə istehlak mallarına aid edilir

193 Ticarət infrastrukturu nədir?

- ☐ ticarətə xidmət edən bütün avadanlıqlar
- ☐ ticarətə xidmət edən bütün avadanlıqlar və işçi qrupu
- ☐ ticarətə xidmət edən baza və anbarlar
- ☒ ticarətə xidmət edən bazarlar, anbarlar, soyuducu qurğular, nəqliyyat və rabitə, malların realizasiyasını həyata keçirən sair sistemlər kompleksi
- ☐ ticarətə xidmət edən bütün işçi qrupu

194 Əhalinin pul gəlirləri hansı amillərə aiddir.

- ☐ sair amillərə
- ☐ xüsusi sosial amillərə
- ☐ ümumi iqtisadi amillərə .
- ☒ xüsusi iqtisadi amillərə
- ☐ demoqrafik amillərə

195 Yarmarkanın işinin qiymətləndirilməsi hansı mərhələdə həyata keçirilir?

- ☐ təşkilatı
- ☐ artım
- ☐ başlanğıc
- ☒ yekun
- ☐ kamillik

196 topdan mal alışında yarmarka işi hansı mərhələlərdən ibarətdir?

- ☐ başlanğıc, satış
- ☐ təşkilatı və yekun
- ☐ alışdan əvvəl, alışdan sonra
- ☒ başlanğıc, təşkilatı, yekun
- ☐ təşkilatı, satış

197 hansı formalar distribyutor formalarıdır ?

- ☒ iri sənaye firmalarından-istehsalçılardan topdan mal təchizatı əsasında satışı həyata keçirən, marketinq xidmətləri göstərən firmadır
- ☐ kənd təsərrüfatı mallarının topdan satıcısıdır
- ☐ dərman məmulatlarının satışını həyata keçirən müəssisələrdir
- ☐ tez xarab olan ərzaq mallarının satıcılarıdır
- ☐ yalnız nüfuzlu malların topdan satıcılarıdır

198 bağlanmış müqavilələri yarmarkalarda kim qeydiyyatda alır?

- ☐ yarmarka komitəsinin işçi qrupu
- ☐ yarmarka komitəsi
- ☐ müqavilələrin uçotu üzrə qrup
- ☒ yarmarka direktorluğu
- ☐ yarmarkanın ümumi iclası

199 Əmtəə nümunələrinin qəbulu və saxlanmasını yarmarkada kim təmin edir?

- ☐ müqavilələrin uçotu qrupu
- ☐ yarmarka nəzarət qrupu
- ☐ yarmarka komitəsi
- ☒ yarmarka direktorluğu
- ☐ yarmarka tətbiq qrupu

200 Müəssisə yeni məhsulların mövcud (ənənəvi) bazarlara çıxarılması zamanı tətbiq etdiyi strategiya necə adlanır

- ☐ şaquli integrasiya inkişaf strategiyası
- ☐ bazara nüfuz etmə strategiyası
- ☐ yeni bazarlara çıxma strategiyası
- ☒ yeni məhsul hazırlanması strategiyası
- ☐ üfiqi integrasiya inkişaf strategiyası

201 Müəssisə mövcud (ənənəvi) məhsulların yeni bazarlara çıxarılması zamanı tətbiq etdiyi strategiya necə adlanır

- ☐ şaquli integrasiya inkişaf strategiyası
- ☐ yeni məhsul hazırlanması strategiyası
- ☐ bazara nüfuz etmə strategiyası
- ☒ yeni bazarlara çıxma strategiyası
- ☐ üfiqi integrasiya inkişaf strategiyası

202 İstehsal xətlərinin və texnologiyanın satışında aşağıda göstərilən satış formalarının hansından istifadə etmək məqsəduyğundur

- ☐ agentlər
- ☐ sərgilər
- ☐ yarmarkala
- ☒ tenderlər
- ☐ topdansatış ticarət

203 Məhsulun xarici bazarlarda maya dəyərindən (normal bazar dəyərindən) aşağı satılması:

- ☐ klirinq adlanır;
- ☐ kütləvi marketinq adlanır
- ☐ barter adlanır
- ☒ demping adlanır
- ☐ aktiv marketinq adlanır

204 Ticarət müəssisəsinin fəaliyyətinin son nəticəsi nədir?

- ☐ rentabeliliyin 1 manatda düşən hissəsidir
- ☐ orta əmtəə ehtiyatlarını hər hansı bir dövr üçün dəyəridir
- ☐ alınmış əmtəənin dəyəridir
- ☒ satılmış əmtəənin dəyəridir
- ☐ orta əmtəə ehtiyatlarını dəyəridir

205 Kommersiya müəssisəsinin işinin səmərəsinin ən mühüm göstəricisi nədir?

- ☐ tədavül xərcəlidir
- ☐ operativ mənfəətdir
- ☐ gəlirlilik və xalis gəlirdir
- ☒ mənfəətdir
- ☐ əməliyyat mənfəətdir

206 İstehlak təyinatlı mallar bazarı hansıdır?

- ☐ hazır məhsul istehsal edən firmalardır
- ☐ malı satmaq üçün alan kompaniyalardır
- ☐ malı öz şəxsi istehlakı üçün alan firmaların bazarıdır
- ☒ malları son istehlakçıya satmaq üçün alan kompaniyaların bazarıdır
- ☐ sənaye mallarını əldə edən ayrı-ayrı şəxslərdir

207 Tələbin yüksək elastikliyi zamanı mal satışı həcmi qiymətin səviyyəsindən necə asılıdır?

- ☐ qiymət yüksəlir-satış da yüksəlir
- ☐ qiymətlər aşağı düşür-satışın həcmi dəyişmir
- ☐ qiymətlərin çox aşağı düşməsində-satışın həcmi demək olar ki, dəyişmir
- ☒ qiymət nəzərə çarpan dərəcədə aşağı düşür-satışın həcmi yüksəlir
- ☐ qiymət aşağı olur-satış cüzi olur

208 Hərracın keçirilməsi kim tərəfindən idarə olunur?

- ☐ ekspert
- ☐ hüquqşünas
- ☒ hərrac komitəsi
- ☐ mühasib
- ☐ məsləhətçi

209 Hərrac nədir?

- ☐ kütləvi xassəyə malik olan yalnız qeyri-ərzaq malları satılan birjalardır
- ☐ ildə bir dəfə təşkil olunan topdan ticarətdir
- ☐ daimi fəaliyyət göstərən, kütləvi xarakter daşıyan ticarətdir
- ☒ əvvəlcədən yeri, vaxtı müəyyən edilmiş xüsusi və kütləvi xassəyə malik olan malların satış üsuludur
- ☐ kütləvi xassəyə malik olan yalnız ərzaq malları satılan birjalardır

210 Avropa birjası nə vaxt yaradılıb?

- ☐ 1986-cı ildə
- ☐ 1980-ci ildə
- ☐ 1919-cu ildə
- ☒ 1997-ci ildə
- ☐ 1877-ci ildə

211 Əmtəə birjaları və birja ticarəti haqqında AR-nın qanunu nə vaxt qəbul edilmişdir?

- ☐ 1993-cü il
- ☐ 1999-cu il
- ☐ 2000-ci il
- ☒ 2001-ci il
- ☐ 2003-cü il

212 Birja nədir?

- ☐ əmtəələrin son istehlakçıya satışını həyata keçirən kütləvi satış bazarıdır
- ☐ ildə bir dəfə keçirilən topdan bazardır
- ☐ əmtəələrin, xammalın, qiymətli kağızların satışı ilə məşğul olan daimi fəaliyyət göstərən topdan bazardır

- ☒ əmtəələrin, xammalın, qiymətli kağızların satışı ilə məşğul olan vaxtaşırı fəaliyyət göstərən topdan bazardır
- ☐ əmtəələrin sonradan satılması üçün topdan bazardır

213 Sual Topdan satış tacirlərinin təsnifatına aid deyil

- ☐ ixtisaslaşmış topdan tacirlər
- ☒ korporativ topdan tacirlər
- ☐ topdansatış ticarətçilər
- ☐ broker və agentlər
- ☐ istehsalçıların topdan satış kontragentləri

214 Pərakəndə satış mağazalarının göstərdiyi xidmətlər

- ☐ alınmış əmtəələrin evlərə çatdırılması, dərzi xidmətləri
- ☒ satışdan əvvəlki xidmətlər, satışdan sonrakı xidmətlər, əlavə xidmətlər
- ☐ köhnə malların qəbulu
- ☐ reklam xidmətləri, işgüzar xidmətlər, sifariş qəbul xidmətləri
- ☐ sorgu xidmətləri, pulsuz xidmətlər, istirahət otaqları

215 Aşağıdakılardan hansı pərakəndə ticarətin təmərküzləşmə formasına aid deyil?

- ☐ mikrorayon ticarət mərkəzləri
- ☒ imtiyaz saxlayan təşkilatların birləşməsi
- ☐ regional ticarət mərkəzləri
- ☐ mərkəzi işgüzar rayon
- ☐ rayon ticarət mərkəzləri

216 Yarmarkaya təqdim olunmuş əmtəə nümunələrinin qəbulu və saxlanılmasını kim təmin edir?

- ☐ müqavilələrin uçotu qrupu
- ☐ yarmarka tətbiq qrupu
- ☒ yarmarka direktorluğu
- ☐ yarmarka komitəsi
- ☐ yarmarka nəzarət qrupu

217 ABŞ-da Kommersiya sirri haqqında qanun nə vaxt qəbul olunub?

- ☐ 1990
- ☒ 1979
- ☐ 1981
- ☐ 1961
- ☐ 1985

218 Aşağıdakılardan hansı kommersiona məxfiliklərini fərqləndirən amillərə aid deyil?

- ☐ texnoloji, istehsal, təşkilati, marketinq xüsusiyyətlərinə görə
- ☒ siyasi xüsusiyyətlərinə görə
- ☐ kommersiona sirrinin təbiətinə görə
- ☐ mülkiyyət mənsubiyyətinə görə
- ☐ təyinatına görə

219 Nəğdsiz hesablaşmaların qeyri əmtəə əməliyyatlarına nə aiddir?

- ☐ alıcının müəyyən vaxt müddətinə qiymətli kağızlarla hesablaşmalar
- ☐ ailə büdcəsindən sosial təyinatlı xərclərə ayırmalar
- ☐ hərbi komitələrlə, vergi idarələri ilə hesablaşmalar
- ☐ veksəl təminatı üçün krediti öz öhdəsinə götürən maliyyə əməliyyatları
- ☒ Kommunal idarələri, elmi tədqiqat təşkilatları, təhsil müəssisələrinin və s. malları aid edilir

220 Diler kimdir?

- ☐ vasitəçinin öz xeyrinə müqavilə bağlayan birjadır
- ☐ əmtəə birjasında alıcı və satıcılar arasında sazişlərin bağlanması ticarət vasitəçisidir
- ☐ Fermer təsərrüfatları ilə əlaqə yaradan komissiyaçılardır
- ☒ öz hesabına və öz adından birja və ya ticarət vasitəçiliyini həyata keçirən hüquqi və fiziki şəxsdir
- ☐ tez xarab olan malların topdan satıcılarıdır

221 Broker kimdir?

- ☐ Fermer təsərrüfatları ilə əlaqə yaradan komissiyaçılardır
- ☒ əmtəə birjasında alıcı və satıcılar arasında sazişlərin bağlanması ticarət vasitəçisidir
- ☐ əmlak sanksiyası təqsirli tərəfi öhdəliklərin tam və vaxtı-vaxtında yerinə yetirilməsinə vadar etmək üçün təzyiq göstərən şəxsdir
- ☐ vasitəçinin öz xeyrinə müqavilə bağlayan tərəfmüqabilidir
- ☐ tez xarab olan malların topdan satıcılarıdır

222 Keyfiyyət barədə alıcının iradə hansı qaydada ödənilir

- ☐ çatışmayan miqdarda əmtəənin göndərilməsi yaxud pulun geri qaytarılması vasitəsilə
- ☐ əmtəənin qiymətinin artırılması ilə
- ☒ qüsurların aradan qaldırılması və ya əmtəənin qiymətinin aşağı salınması ilə
- ☐ çatışmayan əmtəə üçün ödənilmiş pulun bir hissəsinin geri qaytarılması vasitəsi ilə
- ☐ çatışmayan miqdarda əmtəənin göndərilməsi və qiymətin aşağı salınması ilə

223 Kommersant-sahibkar hansı xüsusiyyətə malik olur?

- ☐ öz işinin son nəticəsini tam mənası ilə anlamalı, mənfəət əldə etmək üçün çalışmalıdır
- ☒ öz işinə, onun faydalılığına, ticarət biznesinə inanmalı, rəqabətin vacibliyini qəbul etməli, bir şəxsiyyət kimi özünə və başqalarına hörmət etməli, elmi, texniki, təhsili qiymətləndirməlidir
- ☐ öz işinə inamlı, bacarıqlı, sərvət meylli olmalıdır
- ☐ texniki, təhsili qiymətləndirən, kommersiya vərdisləri olan şəxslərdir
- ☐ rəqabəti öyrənən, bazar imkanlarını təhlil edən, bacarıqlı mütəxəssis olmalıdır

224 Hansı sənəd kommersiya hesabıdır?

- ☐ əmtəənin nəzərdə tutulan ölkədə qəbulu zamanı yazılan sənəddir
- ☒ satıcının alıcıya göndərilən mal üçün sənəddə göstərilən məbləğin ödənilməsi barədə tələbini əks etdirən sənəddir
- ☐ alıcı tərəfindən mal tam qəbul olduqdan sonra yazılan hesabdır
- ☐ hesablaşma sənədi olmayan, lakin hesab kimi əmtəə partiyasının qiyməti barədə məlumatı əks etdirən sənəddir
- ☐ hər bir növ üzrə əmtəə vahidinin əks etdirən və özünə hesab və spesifikasiyanın rekvizitlərini birləşdirən sənəddir

225 Aşağıdakılardan hansı işgüzar danışıqların aparılmasına aid deyil?

- ☐ təqdimetmə, kommersiya sövdələşməsinin xarakterinə uyğun giriş vermək
- ☒ danışıqların tez başa çatması məqsədilə rəsmi olaraq müqavilə imzalamaq
- ☐ dialoq, söhbətin başa çatması
- ☐ öz təkliflərini və öhdəliklərini əhatəli surətdə ifadə etmək
- ☐ məhsulun xeyrinə, üstün keyfiyyət göstəricilərini açıqlamaq

226 Differensiallaşdırma strategiyasında müəssisə həm satışın həcmi, həm də bazar payını artırmağa aşağıdakı amillər hesabına nail olmağa çalışır:

- ☐ əlavə investisiyalar qoymaq və ticarətin maddi-texniki bazasını gücləndirmək hesabına
- ☒ satışa buraxılan məhsulların istehlak xüsusiyyətlərini müxtəlif bazar segmentlərinin tələbatlarına uyğunlaşdırılması və məhsulların differensiallaşdırılması hesabına
- ☐ məhsula çəkilən xərcləri azaltmaq hesabına
- ☐ məhsulların istehlak xüsusiyyətlərini təkmilləşdirmək və fəaliyyətini subsegmentlərdə cəmləşdirmək hesabına
- ☐ əlavə investisiyalar qoymaq və istehsal texnologiyasının təkmilləşdirilməsi hesabına

227 Məhsulda axtarılan səmərə hansı seqmentləşdirmə kriteriyasına aiddir

- ☐ mədəniyyət
- ☐ sosial;
- ☐ demoqrafik
- ☒ psixografik
- ☐ iqtisadi

228 Təklifin həcmi tələbatın həcmindən artıq olduğu situasiyaya bazarın hansı forması uyğun gəlir:

- ☐ inhisar bazarı
- ☐ istehsal vasitələri bazarı
- ☐ istehsalçılar bazarı
- ☒ işçtehlakçılar bazarı
- ☐ qiymətli kağızlar bazarı

229 Tələbatın həcmi təklifin həcmindən artıq olduğu situasiyaya bazarın hansı forması uyğun gəlir

- ☐ işçtehlakçılar bazarı
- ☐ vasitəçilər bazarı
- ☐ istehsal vasitələri bazarı
- ☒ istehsalçılar bazarı
- ☐ əmək bazarı

230 İstehsalçı bazarı nədir?

- ☐ qiymətin səviyyəsi aşağıdır
- ☐ təklifin həcmi tələbatın həcmindən çoxdur
- ☐ istehlakçıların sayı istehsalçıların sayından çoxdur
- ☒ tələbatın həcmi təklifin həcmindən çoxdur
- ☐ rəqabət mühiti mövcuddur

231 Kontakt auditoriyası

- ☐ müəssisənin məhsulgöndərənləridir;
- ☐ müəssisənin müştəriləridir
- ☐ müəssisə ilə kontakt yaradan və onu material resursları ilə təmin edən müəssisələrdir;
- ☒ müəssisənin fəaliyyətinə maraq göstərən və qarşıya qoyduğu məqsədə çatmaqda ona gömək edən şəxslərin məcmuudur
- ☐ müəssisənin məhsullarının satışını həyata keçirən vasitəçilərdir

232 Marketingin nəzarət edilən ətraf mühit amilləri:

- ☐ müəssisdən kənar mikromühit amilləridir
- ☐ iqtisadi, sosial və demoqrafik amillərdir
- ☐ makromühit amilləridir
- ☒ müəssisə tərəfindən müəyyən edilən və idarə edilən amillərdir
- ☐ istehlakçıların tələbatını müəyyən edən amillərdir

233 Yarmarkada mal alışı prosesində iddiaların verilməsi nədir?

- ☐ malgöndərənlərlə yerli məktubdur
- ☐ malgöndərənlərlə yaranmış müqavilələrin həlli üçün tələbnamədir
- ☐ kommersiya maraqlarının qorunmasıdır
- ☒ müqavilə şərtlərinin pozulmasının könüllü surətdə aradan qaldırılması barədə yazılı tələbdir
- ☐ malgöndərənlərlə yaranmış sifarişdir

234 Yarmarka komitəsinin təşkilatı mərhələsində hansı iş görülür?

- ☐ alıcılardan sorğu keçirilməsi ilə

- ☐ sərgi satışın keçirilməsi ilə
- ☐ mənfi və müsbət cəhətlərin qiymətləndirilməsi ilə
- ☒ reklam kataloqunun hazırlanması ilə
- ☐ yarmarka komitəsinin yaradılması ilə

235 Yarmarka komitəsinin qərarı necə rəsmiləşdirilir?

- ☐ rəsmi əmrlə təsdiqlənir
- ☐ tələbnamələr ilə rəsmiləşdirilir
- ☐ oferta ilə yekunlaşır
- ☒ protokolda əks olunur
- ☐ sifariş blankında əks olunur

236 Yarmarka komitəsi arbitrajının fəaliyyətinə hansı daxil deyil?

- ☐ yarmarka ticarətinin iştirakçılarına hüquqi məsələlər üzrə məsləhətlər verməsi
- ☐ yarmarkaya hüquqi xidməti təmin etməsi
- ☐ yarmarka iştirakçılarına məsləhət verməsi
- ☒ yarmarkanın başlangıç mərhələsini təşkil etməsi
- ☐ müqavilə qabağı mübahisələri nəzərdən keçirməsi

237 topdan və pərakəndə ticarət müəssisələri tərəfindən kənd təsərrüfatı xammalını və ərzaq məhsullarını satan bazarlar necə adlanır?

- ☐ topdan ərzaq satış sərgiləri
- ☐ topdan ticarət mərkəzi
- ☐ topdan ticarət bazarları
- ☒ topdan ərzaq bazarı
- ☐ topdan ərzaq satış yarmakaları

238 Topdan ərzaq bazarında malgöndərənlər kimlərdir?

- ☐ tenderlər, topdan bazalar
- ☐ malgöndərən istehsalçılar və birjalar
- ☐ malgöndərən istehsalçılar, malgöndərən satıcılar
- ☒ malgöndərən istehsalçılar, malgöndərən topdan müəssisələr
- ☐ malgöndərən istehlakçılar və hərraclar

239 ticarət yarmakalarda mal alqı-satqısında əsas xüsusiyyətlər hansıdır?

- ☐ daimi fəaliyyət göstərən topdan ticarətin bir növüdür
- ☐ alıcısı və satışı peşəkarlar olan ildə bir dəfə keçirilən birjalardır
- ☐ qiyməti simvolik olaraq təyin edilən ildə bir dəfə keçirilən topdan ticarətdir
- ☒ nümunələr üzrə alış, yarmakaların keçirilməsinin dövriliyi, əmtələrin satış müddətinin və yerinin əvvəlcədən müəyyənləşdirilməsi, satıcı və alıcıların kütləvi iştirakı
- ☐ bir neçə il müddətində fəaliyyət göstərən, işgüzar xarakterli, istehsal və qeyri istehsal malları

240 Reklam katoloqu hansı mərhələdə hazırlanır?

- ☐ kamillik
- ☐ başlangıç
- ☐ yekun
- ☒ təşkilatı
- ☐ artım

241 Dövriyyəyə görə gün hesabı ilə mal dövriyyəsi sürəti necə hesablanır?

- ☐ orta əmtəə ehtiyatlarını illik dövriyyəyə bölməklə
- ☐ mal dövriyyəsinin tədavül xərclərinə nisbəti ilə

- ☐ mal qalığı əmtəə ehtiyatlarına bölünməklə
- ☒ orta əmtəə ehtiyatlarını hər hansı bir dövr üçün orta günlük dövriyyəyə bölməklə
- ☐ orta əmtəə ehtiyatlarını bir günlük dövriyyəyə bölməklə

242 Balans mənfəəti necə hesablanır

- ☐ əməliyyat mənfəətindən tədavül xərclərini çıxmaqla
- ☐ nəzərdə tutulan və tutulmayan itkiləri çıxmaqla
- ☐ planlaşdırılmayan itkilərin çıxılması ilə
- ☒ əməliyyat mənfəətinin üzərinə planlaşdırılmayan gəlirlərin cəmindən planlaşdırılmayan məsrəfləri çıxmaqla
- ☐ əməliyyat mənfəətinin üzərinə tədavül xərclərini gəlməklə

243 Firmanın iş planı layihələri hansı şöbələr tərəfindən hazırlanır?

- ☐ tədqiqatlar şöbəsi, maddi texniki təchizat şöbəsi tərəfindən
- ☐ direktorlar şurası və ümumi iclas tərəfindən
- ☐ koordinasiya, mətbuat, mediya, publik rileyşinz şöbələri tərəfindən
- ☒ marketinq, plan-analitik, alqı-satqı koordinasiya şöbələri tərəfindən
- ☐ yeni əmtəələrin yaradılması, reklam, ictimaiyyətlə əlaqələr şöbəsi tərəfindən

244 Komissiya mükafatı nədir?

- ☐ məişət cihazlarının təhvil verilməsinə görə mükafatdır
- ☐ mebel mallarının satışından alınan mükafatdır
- ☐ ərzaq mallarının satışına görə alınan mükafatdır
- ☒ müxtəlif xidmətlərin, sənədlərin və müqavilələrin təşkilinə görə vasitəçiyə verilən mükafatdır
- ☐ müxtəlif xidmətlərin təşkilinə görə istehsalçıya verilən mükafatdır

245 Yenidən satma üzrə əməliyyat hansıdır?

- ☐ əmtəələrin alqı-satqı müqaviləsinin bağlanmasıdır
- ☐ ticarət vasitəçisi tərəfindən öz adından və öz vəsaiti hesabına həyata keçirilən əməliyyatdır
- ☐ vasitəçinin köməkliyi ilə alıcı ilə satıcı arasında əlaqə yaradılması üzrə əməliyyatdır
- ☒ istehsalçıdan asılı olmayan ticarət vasitəçisi tərəfindən istehsalçının tapşırığı ilə aralarında bağlanmış sənəd əsasında alqı-satqı ilə əlaqədar həyata keçirilən əməliyyatdır
- ☐ əmtəənin müəyyən ərazidə istehsalçıdan son istehlakçıya irəlilədilməsinə kömək göstərilməsidir

246 Nəğdsiz hesablaşmaların əmtəə əməliyyatlarına nə aiddir?

- ☐ alıcının müəyyən vaxt müddətinə qiymətli kağızlarla hesablaşmalar
- ☐ borclunun hesabından alıcının hesabına nəğd olmayan köçürmədir
- ☐ ödənişləri tezliklə ödəyən alıcılara qiymətdə edilən güzəstdir
- ☒ xammalın, materialların, hazır məhsulların və s alqı-satqısı
- ☐ ikitərəfin razılığı ilə hesablaşmalarda iştirak etmədən ödəniş əməliyyatı

247 Konyunkturanın göstəricilərinə nə aiddir?

- ☒ yuxarıda göstərilənlərin hamısı düzgündür.
- ☐ daxili və xarici ticarətin dinamikası.
- ☐ istehsalın vəziyyəti haqqında göstəricilər
- ☐ tədavül sferasının vəziyyəti, tələb və təklifin nisbətləri
- ☐ qiymətin, məşğulluqun və işsizliyin dinamikası

248 Konyunktura nəyin təsiri altında formalaşır?

- ☒ dövrü və qeyri-dövrü amillərin
- ☐ qiymətin dinamikası altında
- ☐ ekoloji problemlərin
- ☐ potensial alıcıların

- ☐ coğrafi mühütün

249 Tədqiqat obyektivinə görə konyunktura neçə cür olur?

- ☐ əmək bazarı konyunkturası
☒ ümumiqtisadi dünya konyunkturası, milli, regional bazarlar üzrə ayrı-ayrı mal, əmək, valyuta və maliyyə və s. bazarlar konyunkturası
☐ regional bazarlar konyunkturası
☐ milli və regional bazarlar konyunkturası
☐ yerli bazarlar konyunkturası

250 Yarmarkalar necə bölünürlər?

- ☐ bir neçə il müddətində fəaliyyət göstərən, işgüzar xarakterli, istehsal və qeyri istehsal malları yarmarkalara bölünürlər
☐ müəyyən dövr üçün mal satışını həyata keçirən sahə daxili və region tipli yarmarkalara bölünürlər
☒ yarmarkalar sahələr və sahələrarası müxtəlif istehsal sahələrinin məmulatlarını əhatə edən yarmarkalara bölünürlər
☐ həftədə bir dəfə keçirilən sahələrarası istehsal sahələrini əhatə edən yarmarkalara bölünürlər
☐ daimi olmayan yerli yarmarkalara bölünürlər

251 Yarmarka ticarətinin hansı mərhələsində yarmarka komitəsi yaradılır?

- ☐ əsas mərhələsində
☒ başlanğıc mərhələsində
☐ yekun mərhələsində
☐ təşkilati mərhələsində
☐ aralıq mərhələsində

252 topdan yarmarkaya rəhbərliyi hansı qurum həyata keçirir?

- ☐ sığorta şirkəti
☒ yarmarka komitəsi
☐ yarmarka direktorluğu
☐ sərgi -satış şöbəsi
☐ müqavilələrin uçotu şöbəsi

253 topdan mal alışı hansı 2 formada həyata keçirilir?

- ☒ hesablaşmada iştirak etməklə, hesablaşmada iştirak etməməklə
☐ açıq formada, qapalı formada
☐ müntəzəm formada, daimi formada
☐ epizodik formada, daimi formada
☐ müntəzəm formada, qeyri-müntəzəm formada

254 Kommersiya işində topdan mal alışında yarmarka ticarətinin əsas məqsədi nədir?

- ☐ əmtəə birjasının bir növü olmaqla, topdan ticarəti həyata keçirir
☒ əmtəələrin topdan satışı və alışı, satıcılarla alıcılar arasında birbaşa müqavilələrin bağlanmasıdır
☐ qiyməti simvolik olaraq təyin edilən ildə bir dəfə keçirilən topdan ticarətdir
☐ alıcısı və satışı peşəkarlar olan ildə bir dəfə keçirilən birjalardır
☐ daimi fəaliyyət göstərən topdan ticarətin bir növüdür

255 İnkişaf etmiş ölkələrdə Kes ənd kerri nədir?

- ☐ ucuz qiymət mağazası
☒ xırda topdan mağaza anbarlar
☐ mağaza anbar
☐ mağaza-anbar, stellac
☐ anbar dükanı

256 Aşağıdakılardan hansı topdan ərzaq bazarının funksiyası deyil?

- ☐ ilboyu əhalini keyfiyyətli ərzaq məhsulları ilə təchiz etmək
- ☐ kənd təsərrüfatı və ərzaq məhsullarının alqı-satqısı üçün abaq bir yerin ayrılması
- ☐ yeni iş yerlərinin açılması kənd əhalisinin şəhərə axınının qarşısının alınması
- ☒ tender və müsabiqələr vasitəsi ilə ərzaq məhsullarının satışının təşkili
- ☐ bütün malgöndərənlərə rəqabətli bazara çıxmaq imkanı vermək

257 Bazarın konyunkturası

- ☒ qiymətlərin müasir səviyyəsində tələbatın həcmi ilə təklifin həcmi arasındakı nisbətdir
- ☐ qiymətlərin müasir səviyyəsində tələbatın həcmidir
- ☐ qiymətin müasir səviyyəsində tələbatın həcmnin təklifin həcmindən artıq olduğu haldır
- ☐ qiymətin müasir səviyyəsində təklifin həcmnin tələbatın həcmindən artıq olduğu haldır
- ☐ qiymətin müasir səviyyəsində tələbatın həcmi ilə təklifin həcmnin tarazlıq vəziyyətidir

258 Bazarın potensial tutumu

- ☐ istehlakçıların tələbinin həcmidir
- ☐ istehsal edilən məhsulun maksimum miqdarıdır (dəyəridir)
- ☒ bazarda olan və bazara çıxarıla biləcək məhsulların maksimum miqdarıdır (dəyəridir)
- ☐ istehlakçıların tələbatının həcmidir
- ☐ istehlakçıların ehtiyaclarının həcmidir

259 Aşağıda göstərilənlərdən hansı institutsional istehlakçılar bazarının psixoxrafik seqmentləşdirmə meyarlarına aiddir

- ☐ istehlakçıların daxil olduğu sosial və referent qrup
- ☒ məhsulda axtarılan səmərə, məhsulgöndərənlərlə əməkdaşlıq səviyyəsi və məhsulgöndərənlərə sadiqlik səviyyəsi
- ☐ tədarük kriteriyaları və tədarük fəaliyyətinin təşkili
- ☐ istehlakçıların daxil olduğu sahə və təşkilatın miqyası
- ☐ istehlakçıların fəaliyyət müddəti

260 Aşağıda göstərilənlərdən hansı son istehlakçılar bazarının psixoxrafik seqmentləşdirmə meyarlarına aiddir

- ☐ məhsulgöndərənlərlə əməkdaşlıq səviyyəsi
- ☐ istehlakçının gəlirlərinin səviyyəsi, ailələrin sayı
- ☒ istehlakçıların həyat tərzı və şəxsiyyətin tipi
- ☐ istehlakçıların daxil olduğu sahə və təşkilatın miqyası
- ☐ istehlakçıların yaş qurpu

261 Müəssisə bütün bazar seqmentlərinə eyni qiymətlə yalnız bir növ məhsul təklif edir və onun reklamı bazarın bütün seqmentlərinə yönəlmişdir. Bu halda müəssisənin bazarı ələ keçirməsi üçün hansı marketing formasından istifadə etməsi məqsədəuyğundur:

- ☐ məhsullar marketingi
- ☒ differensiallaşdırılmamış marketing
- ☐ təmərküzləşmiş marketing
- ☐ birbaşa marketing
- ☐ sınaq marketingi

262 İstehlakçı bazarının seqmentləşdirilməsi:

- ☐ məhsulların mövqeləşdirilməsidir
- ☒ müxtəlif əlamətlərə görə istehlakçıların müxtəlif qruplara bölünməsidir
- ☐ bazarları əhatə etmə səviyyəsidir
- ☐ istehlakçıların tələbatlarının öyrənilməsidir
- ☐ müxtəlif əlamətlərə görə məhsulların və bazarların təsnifləşdirilməsidir

263 İstehlakçı davranışı anlayışı nəyi ifadə edir

- ☒ məhsulların seçilməsi və satın alınması prosesində istehlakçıların etdikləri hərəkətlərin məcmuusunu
- ☐ istehlakçıların həyat tərzini
- ☐ istehlakçıların tələbatını və alıcılıq qabiliyyətini
- ☐ istehlakçıların məhsula və onun qiymətinə münasibətini
- ☐ istehlakçıların sosial-iqtisadi vəziyyətini və mədəni səviyyəsini

264 İstehlakçılar bazarına hansı rəqabət forması uyğun gəlir

- ☐ funksional rəqabət;
- ☐ eyni növ məhsulların rəqabəti
- ☐ haqsız rəqabət
- ☒ istehsalçıların rəqabəti
- ☐ istehlakçıların rəqabəti

265 Universam nə təklif olunur?

- ☐ ərzaq və qeyri ərzaq malları təklif edir
- ☐ ev əşyaları və evə qulluq malları təklif edir
- ☐ paltar, ev əşyaları təsərrüfat malları təklif edir
- ☒ bütün ərzaq və evə qulluq malları satan obyektidir
- ☐ tikinti materialları, yarımfabrikat təklif edir

266 Univermaqda nə təklif olunur?

- ☐ ərzaq və qeyri ərzaq malları təklif edir
- ☐ ərzaq malları, evə qulluq malları qəbul edir
- ☐ paltar, ev əşyaları təsərrüfat malları təklif edir
- ☒ ev əşyaları və evə qulluq malları təklif edir
- ☐ tikinti materialları, yarım

267 Müqavilələrin bağlanması vasitəçiliyə görə brokerin aldığı mizd necə adlanır?

- ☐ gördüyü işin mükafatı
- ☐ yardımı
- ☐ komisiyon mükafatı
- ☒ mükafat
- ☐ stimül

268 İlk univermaq hansıdır?

- ☐ 1903 Berlin- Saranca
- ☐ 1901 Bakı-Bon Marşel
- ☐ 1812 ABŞ- Eyend Pi
- ☒ 1852 Paris-Bon Marşel
- ☐ 1918 Moskva- "Nağıl"

269 İlk ticarət avtomatları hansı firma tərəfindən nə vaxt tətbiq olunub?

- ☐ 1981 ABŞ-Koka-kola
- ☐ 1985 ABŞ-Dirol
- ☐ 1970 ABŞ- Vriqley
- ☒ 1980 ABŞ- Tutti Strutti
- ☐ 1990 ABŞ-Orbit

270 Anbar dükan nədir?

- ☐ orta ölçülü ucuz mebel ticarəti ilə məşğul olan obyektidir

- ☐ kiçik anbarlardır
- ☐ xırda topdan ərzaq mağazasıdır
- ☒ çox böyük sahəsi olan ucuzlaşmış qiymət dükənləridir
- ☐ çox böyük sahəli bahalı mallar satış obyektidir

271 Aşağıda göstərilən istehlakçı qruplarından hansı yeniliyə və riskə daha meyillidir:

- ☐ markaya sadıq olanlar
- ☐ modabazlar
- ☐ konservatorlar
- ☒ supernovatorlar
- ☐ yüksək sosial qrupa aid olanlar

272 Məhsulda axtarılan səmərə hansı segmentləşdirmə kriteriyasına aiddir

- ☐ mədəniyyət
- ☐ sosial;
- ☐ demoqrafik
- ☒ psixografik
- ☐ iqtisadi

273 Reklam nədir:

- ☐ məhsulun mövqeləşdirilməsidir
- ☐ ictimaiyyətlə əlaqədir
- ☐ integrasiya olunmuş kommunikasiyadır
- ☒ ünvansız (qeyri şəxsi) və haqqı ödənilən kommunikasiyadır
- ☐ iki tərəfli kommunikasiyadır

274 Tələbatın hansı halında müəssisənin reklamdan istifadə etməsi effektiv deyildir:

- ☐ irrosional tələbat
- ☐ azalan tələbatda
- ☐ neqativ tələbatda
- ☒ həddən artıq tələbatda
- ☐ mövsümü tələbatda

275 Əhalinin gəlirlərinin səviyyəsi hansı segmentləşdirmə amilləri qrupuna aiddir

- ☐ coğrafi amillər
- ☐ davranış amilləri
- ☐ iqtisadi amillər
- ☒ sosial amillər
- ☐ psixografik amillər

276 Zondlaşdırma (kəşfiyyat) marketinq tədqiqatları hansı məqsədlə aparılır

- ☐ hökumətin iqtisadi inkişafa dair proqramlarının təhlili və onların müəssisənin marketinq fəaliyyətində nəzərə alınması
- ☒ marketinq fəaliyyətində olan problemlərin aşkar edilməsi və tədqiqat metodologiyasının hazırlanması üçün informasiyanın toplanması
- ☐ öyrənilən hadisələr arasında səbəb-nəticə əlaqələrinin aşkar edilməsi
- ☐ marketinq fəaliyyətində olan problemlərin aşkar və həll edilməsi
- ☐ qapalı rejimdə işləyən müəssisələrin fəaliyyəti haqqında informasiya toplanması və onun fəaliyyətinin qiymətləndirilməsi

277 Marketinq tədqiqatları

- ☐ müəssisənin fəaliyyətinin planlaşdırılması məqsədilə aparılan elmi-tədqiqat işləridir
- ☐ bazar prosesləri və situasiyasının idarə edilməsi üzrə proqramların hazırlanması prosesidir

- ☐ marketing nəzəriyyəsi və praktikasının dərinədən öyrənilməsidir
- ☒ marketingin ətraf mühiti amillərini xarakterizə edən informasiyanın toplanması, sistemləşdirilməsi, təhlili, qiymətləndirilməsi və marketing fəaliyyətinə dair tövsiyələrin hazırlanması üzrə aparılan tədqiqat işləridir
- ☐ müəssisənin marketing fəaliyyətinin təhlili və qiymətləndirilməsi prosesidir

278 Aşağıda göstərilən metodlardan hansı marketingə dair informasiyanın toplanmasında istifadə edilən metodlara aid deyildir

- ☐ Delfi və fokus-qrup metodları
- ☐ eksperiment və fokus-qrup metodları
- ☐ müşahidə və sorğu metodları
- ☒ informasiyanın iqtisadi təhlil metodu
- ☐ imitasiya metodu

279 Hər hansı bir dəyişənin digər amillərdən asılılıq səviyyəsini müəyyənləşdirmək üçün aşağıda göstərilən təhlil üsullarından hansından istifadə edilir:

- ☐ qruplaşdırmadan
- ☐ qrafiklərin qurulmasından
- ☐ sistemli təhlildən
- ☒ regressiya təhlilindən
- ☐ variasiya təhlilindən

280 Aşağıda göstərilənlərdən hansı marketing fəaliyyətinə aid deyildir

- ☐ məhsulların qablaşdırılması
- ☐ məhsulun qiymətinin müəyyənləşdirilməsi
- ☐ marketing tədqiqatları
- ☒ məhsulun istehsal texnologiyası
- ☐ məhsulların reklamı

281 Kommersiya müəssisəsinin əsas maliyyə sənədlərinə nələr daxildir?

- ☐ mənfəət balansı, debitor və kreditorlarla hesablaşmalar
- ☐ balans, akkreditivlər
- ☐ maliyyə aktivləri
- ☒ balans, mənfəət və itkilərin hesabatı
- ☐ tədiyyə balansı, ticarət balansı

282 Biznes-plan hansı vəzifələri həll etməyə imkan verir?

- ☐ müəssisənin xərc və gəlirlərini əlaqələndirmək
- ☐ xarici iqtisadi fəaliyyəti əsaslandırmaq üçün tədiyyə balansını qurmaq
- ☐ illik fəaliyyətin yekun göstəricilərini öyrənmək
- ☒ istehlak bazarının tutumunu, inkişaf perspektivlərini öyrənmək, müəssisənin xərclərini qiymətləndirmək, gəlirlər hesabına nəzərdə tutulan mənfəəti əldə etməyə imkan verən qiymətin əmələgəlmə variantlarını müəyyənləşdirmək, neqativ amilləri aşkar etmək, onların aradan qaldırılması yollarını müəyyən etmək
- ☐ təsərrüfat fəaliyyətini iqtisadi təhlil etmək

283 Tələbin qiymətləndirilməsində və proqnozlaşdırılmasında informasiya mənbəyi nədir.

- ☐ ailələrin həcmi və tərkibi
- ☐ tələbə təsir edən amillər
- ☐ proqnozlaşdırılan göstərici üzrə məlumat
- ☒ zəruri məlumatları əks etdirən statistik hesabat forması və seçmə müşahidə materialları
- ☐ əhalinin pul gəlirləri

284 İnformasiya dedikdə nə başa düşülür?

- ☐ hesabatlar məcmusu

- ☐ inkişaf qanunauyğunluqları
- ☐ iqtisadi göstəricilərin həcmi
- ☒ toplanma, saxlanma, işlənmə və ötürülmə obyektini kimi çıxış edən məlumatların məcmusu
- ☐ inkişaf xüsusiyyətləri

285 Marketingin informasiya sisteminin effektiv fəaliyyəti üçün aşağıdakıların olması zəruridir

- ☐ mükəmməl nəzarət və planlaşdırma sistemi
- ☐ mükəmməl idarəetmə strukturu və informasiyanın təhlili metodları
- ☐ mükəmməl idarəetmə strukturu
- ☒ informasiyanın toplanması və işlənməsi sahəsində təcrübəsi olan mütəxəssislər, zəruri avadanlıq və təlimatlar
- ☐ informasiyanın təhlili metodları

286 Sorğular və müşahidə marketing tədqiqatlarının hansı növünə aiddir

- ☐ marketing tədqiqatlarına aid deyildir
- ☐ daima aparılan marketing tədqiqatlarına
- ☐ vaxtaşırı aparılan marketing tədqiqatlarına
- ☒ kabinetdən kənar tədqiqatlara
- ☐ kabinet tədqiqatlarına

287 Dövrü mətbuat və statistik nəşrlərin öyrənilməsi marketing tədqiqatlarının hansı növünə aiddir

- ☐ marketing tədqiqatlarına aid deyildir
- ☐ müntəzəm aparılan marketing tədqiqatlarına
- ☐ vaxtaşırı aparılan marketing tədqiqatlarına
- ☒ kabinet tədqiqatlarına
- ☐ kabinetdən kənar tədqiqatlara

288 Remarketing tələbatının hansı formasında tətbiq edilir

- ☐ müxtəlif səbəblərdən tələbatın tərəddüd etdiyi halda
- ☐ irrosional tələbat
- ☐ neqativ tələbat
- ☒ azalan tələbat
- ☐ həddən artıq tələbat

289 Biznes-planının bölmələrinə aşağıdakılardan hansı daxil deyil?

- ☐ əsas fəaliyyət növlərinin izahı
- ☐ marketing-texniki baza, maliyyə planı
- ☐ marketing işləri
- ☐ istehlak bazarının tutumunun müəyyənləşdirilməsi
- ☒ bir əmtəyə görə fond tutumunun müəyyənləşdirilməsi

290 İşgüzar informasiyaya nə daxil deyil?

- ☐ heyətin siyahısı
- ☐ malın qiyməti haqqında məlumat
- ☐ maliyyə məlumatları
- ☒ EHM-nın proqram təminatı.
- ☐ marketing haqqında məlumat

291 Statistik hesabatlarda mədəni-məişət və təsərrüfat təyinatlı mallar hansı göstəricilərlə ifadə olunur.

- ☐ cinsi
- ☐ kəmiyyət
- ☐ dəyər
- ☒ natural

☐ keyfiyyət

292 İnformasiyalar nece olmalıdır?

- ☐ fasiləsiz
- ☐ tam
- ☐ dəqiq
- ☒ dəqiq,tam.etibarlı.fasiləsiz
- ☐ etibarlı

293 Müəssisə bir neçə bazar segmentində fəaliyyət göstərir və hər segment üçün xüsusi marketing proqramı tərtib edir. Bu halda marketingin hansı formasının tətbiqi məqsədəuyğundur

- ☐ passiv sarketing
- ☐ differensiallaşdırılmış marketingin
- ☐ təmərküzləşdirilmiş marketingin
- ☒ differensiallaşdırılmamış marketingin
- ☐ kütləvi marketingin

294 Məhsulun mövqeləşdirilməsinin əsasını nə təşkil edir?

- ☐ istehlakçının məhsulun satın alınmasına dair qərar qəbul etməsi
- ☐ məhsulun satın alınması vaxtı istehlakçının davranışı
- ☐ məhsulun seçilməsi prsesində istehlakçının davranışı
- ☒ məhsulun üstünlüklərinin istehlakçı tərəfindən qavranılması
- ☐ məhsulun satın alınmasından sonra istehlakçının davranışı

295 Aşağıda göstərilən həvəsləndirilmə formalarından hansı istehlakçını əvvəllər aldığı məhsulu təkrar almağa daha çox təhrik edəcəkdir

- ☐ konkrusların keçirilməsi
- ☐ kreditlə satış
- ☐ yarmarkaların keçirilməsi
- ☒ məhsulun qabında olan kupon
- ☐ lotereyaların oynanılması

296 Aşağıdakılardan hansı bazarın segmentləşdirilməsinin demoqrafik amillərinə aiddir:

- ☐ həyat tərz, şəxsiyyətin tipi
- ☒ ailələrin sayı, ailənin həyat tsikli
- ☐ istehlakçının peşəsi, statusu
- ☐ istehlakçının bazara adaptasiyası
- ☐ sosial və referent qruplar

297 Müəssisə A məhsulunun satışının həcmnin azalması ilə əlaqədar olaraq marketing proqramına yenidən baxmaq qərarına gəlmişdir. Aparılmış tədqiqatlar göstərdi ki, segmentləşdirmənin demoqrafik meyarlarından istifadə edildiyindən məqsəd bazarlarının seçilməsi vaxtı səhvə yol verilmişdir. Buna görə də o, segmentləşdirilmənin demoqrafik meyarları əvəzinə psixoxrafik meyarlarından istifadə etmək qərarına gəlir. Bu halda müəssisə hansı amillərdən istifadə edəcəkdir:

- ☐ ailənin həyat tsikli, ailədə uşaqların sayı, istehlakçının təhsili, istehlakçının peşəsi amillərindən
- ☒ istehlakçıların məhsula adaptasiyası, həyat tərz, məhsulda axtarılan səmərə amillərindən
- ☐ əhalinin yaş tərkibi, ailələrin sayı, əhalinin cins tərkibi amillərindən
- ☐ inzibati ərazi vahidləri, iqlim qurşaqları
- ☐ sosial-iqtisadi, mədəniyyət amillərindən

298 Reklamı satışın həvəsləndirilməsindən fərqləndirən cəhət

- ☐ satışın həvəsləndirilməsindən fərqli olaraq reklam yalnız istehlak vasitələri bazarında həyata keçirilir

- ☒ satışın həvəsləndirilməsindən fərqli olaraq reklam müəyyən haqq müqabilində (pullu) həyata keçirilir
- ☐ satışın həvəsləndirilməsindən fərqli olaraq reklamın məqsədi tələbatın həcmi artırmaqdır;
- ☐ satışın həvəsləndirilməsindən fərqli olaraq reklamın məqsədi istehlakın həcmi artırmaqdır
- ☐ satışın həvəsləndirilməsindən fərqli olaraq reklam pulsuz həyata keçirilir;

299 Məhsul nomenklaturasının dərinliyi

- ☐ məhsullara yeni marka adlarının verilməsidir
- ☐ yeni növ-tip-ölçülü məhsulların sayıdır
- ☒ məhsul çeşidində daxil olan markaların (müxtəlif növlərinin, modellərinin) orta sayıdır
- ☐ məhsulların çeşid müxtəlifliyidir
- ☐ müəssisənin bazara təklif etdiyi məhsul çeşidlərinin sayıdır

300 Məhsul nomenklaturasının genişliyi

- ☐ müəssisənin bazara təklif etdiyi məhsulların bir qismidir
- ☒ müəssisənin bazara təklif etdiyi məhsul çeşidlərinin toplusudur
- ☐ yeni növ-tip-ölçülü məhsulların sayıdır
- ☐ eyni növ məhsulların sayıdır
- ☐ məhsullara yeni marka adlarının verilməsidir

301 Məhsul çeşidinin genişliyi

- ☐ məhsulların modifikasiya edilməsidir
- ☒ məhsul çeşidinin yeni məhsul qrupları hesabına artırılmasıdır
- ☐ yeni məhsulların istehsalının təşkilidir
- ☐ yeni növ tip-ölçülü məhsulların sayıdır
- ☐ məhsulların keyfiyyət parametrlərinin yüksəldilməsidir

302 Proqnozun mənası nədir?

- ☐ keçmiş hadisələrin yeniləşməsi
- ☐ fərziyyə və hipotez
- ☐ gələcək hadisə haqqında müddəa
- ☐ intuisiya
- ☒ hadisənin gələcək inkişafı haqqında elmi cəhətdən əsaslandırılmış təsəvvürlər sistemi

303 Tələbə təsir edən amillər təsir formasına görə hansıları özündə birləşdirir?

- ☐ tələbə təsir edən mövsümü amillər
- ☐ sair və sosial amilləri
- ☐ tələbə bilavasitə təsir edən amillərlə psixografik amilləri
- ☐ tələbə dolayısı təsir edən amilləri
- ☒ tələbə bilavasitə və dolayısı təsir edən amilləri

304 Tələbin proqnozları hansı proqnozların tərkib hissəsidir?

- ☐ siyasi proqnozların
- ☐ iqtisadi və siyasi proqnozların
- ☒ iqtisadi proqnozların
- ☐ sosial proqnozların
- ☐ əmtəə bazar proqnozlarının

305 Müddətinə və səviyyəsinə görə planlaşdırmanın növləri hansılardır?

- ☐ strateji .qısa müddətli, uzunmüddətli
- ☒ strateji, taktiki və operativ
- ☐ strateji və uzunmüddətli planlar
- ☐ orta müddətli və taktiki planlar

- ☐ operativ planlar, kiçik mağazalar üzrə planlaşdırma

306 Plan göstəriciləri hansılardır

- ☐ dəyər göstəriciləri, tədavül xərcləri
☒ kəmiyyət və keyfiyyət göstəriciləri və iqtisadi təsərrüfat göstəriciləri
☐ natural göstəricilər, mal dövriyyəsi göstəriciləri
☐ əmək planı, mal dövriyyəsi
☐ kəmiyyət göstəriciləri və iqtisadi göstəricilər

307 Proqnoz- proqnosis hansı dildən götürülüb?

- ☐ fars
☒ yunan
☐ latın
☐ ingilis
☐ ərəb

308 Verilən dəqiq proqnoz hansıdır?

- ☐ uzunmüddətli
☒ qısamüddətli
☐ çox uzunmüddətli.
☐ uzunmüddətli və qısamüddətli
☐ ortamüddətli

309 İnformasiya xarakterli reklamlardan ən çox məhsulun həyat dövrünün hansı mərhələsində istifadə edilir

- ☐ inkişaf (artım) mərhələsində
☒ bazara çıxarma mərhələsində
☐ böhran mərhələsində
☐ stabillik (yetkinlik) mərhələsində
☐ dircəliş mərhələsində

310 Məhsulgöndərmənin franko-zavod şərtində kontrakt qiymətinin tərkibinə daxildir

- ☐ məhsulun qiyməti və təyinat limanına çatdırılması ilə əlaqədar olan bütün xərclər;
☐ məhsulun qiyməti, göndəriş limanına çatdırılması və gəmiyə yüklənməsi ilə əlaqədar olan bütün xərclər
☐ məhsulun qiyməti, məhsulun göndəriş limanına kimi çatdırılması ilə əlaqədar olan bütün xərclər və sığorta haqqı
☒ məhsulun qiyməti, müəssisənin yük həyətinə çatdırılması və orada boşaldılması ilə əlaqədar olan bütün xərclər
☐ məhsulun qiyməti, məhsulun təyinat limanına kimi çatdırılması ilə əlaqədar olan bütün xərclər və sığorta haqqı

311 Məhsulgöndərmənin sərhədə çatdırılmışdır (DAF) şərtində kontrakt qiymətinin tərkibinə daxildir

- ☐ məhsulun qiyməti, məhsulun təyinat limanına kimi çatdırılması ilə əlaqədar olan bütün xərclər və sığorta haqqı
☒ məhsulun qiyməti, kontraktda göstərilmiş sərhəd məntəqəsinə kimi çatdırılması xərcləri və sığorta haqqı (müqavilədə nəzərdə tutulduğu halda)
☐ məhsulun qiyməti və göndəriş limanına çatdırılması ilə əlaqədar olan bütün xərclər
☐ məhsulun qiyməti, göndəriş limanına çatdırılması və gəmiyə yüklənməsi ilə əlaqədar olan bütün xərclər
☐ məhsulun qiyməti və təyinat limanına çatdırılması ilə əlaqədar olan bütün xərclər

312 Məhsulgöndərmənin CIF şərtində kontrakt qiymətinin tərkibinə daxildir

- ☐ məhsulun qiyməti, kontraktda göstərilmiş sərhəd məntəqəsinə kimi çatdırılması xərcləri və sığorta haqqı (müqavilədə nəzərdə tutulduğu halda)
☐ məhsulun qiyməti və təyinat limanına çatdırılması ilə əlaqədar olan bütün xərclər;
☒ məhsulun qiyməti, təyinat limanına kimi çatdırılması ilə əlaqədar olan bütün xərclər və sığorta haqqı;
☐ məhsulun qiyməti və göndəriş limanına çatdırılması ilə əlaqədar olan bütün xərclər;
☐ məhsulun qiyməti, göndəriş limanına çatdırılması və gəmiyə yüklənməsi ilə əlaqədar olan bütün xərclər

313 Marketing informasiya sisteminin formalaşdırılmasında məqsəd

- ☐ məlumatlar bazasının yaradılması
- ☒ marketing qərarlarının qəbul edilməsi üçün zəruri informasiya bazasının yaradılması
- ☐ müəssisənin fəaliyyətinin qiymətləndirilməsi və ona nəzarətin həyata keçirilməsi
- ☐ marketing fəaliyyətinə dair informasiyanın obyektivliyinin qiymətləndirilməsi
- ☐ marketing konsepsiyasının və onun funksiyalarının realizasiyası

314 Marketingin makromühiti

- ☐ bilavasitə müəssisə ilə əlaqədə olan və onun fəaliyyətinə təsir edən müəssisələrin məcmuudur
- ☒ marketing mikromühitinə təsir edən xarici amillərdir
- ☐ müəssisənin istehsal fəaliyyətinə bilavasitə təsir edən amillərdir
- ☐ müəssisənin məhsulgöndərənləri və müştəriləridir
- ☐ marketing tədqiqatları institutları və reklam agentlikləridir

315 Marketing tədqiqatlarının effektivliyi özünü nədə göstərir

- ☐ rentabellilik səviyyəsinin yüksəlməsində
- ☐ müəssisənin rəqiblərə nisbətən məhsul istehsalına daha az material resursları sərf edilməsində
- ☐ müəssisənin marketing bölməsinə ayrılmış maliyyə vəsaitlərinin məbləğinin artırılmasında
- ☒ müəssisənin qarşıya qoyduğu məqsədə (məqsədlərə) daha yüksək effektivlə nail olmasında
- ☐ müəssisənin məhsul satışının həcmi və bazar payının artmasında

316 Şəxsi tələbat nədir?

- ☐ insan fəaliyyətinin oyadıcısıdır
- ☒ bütün variantlar düzgündür
- ☐ ictimai şəur kateqoriyasıdır
- ☐ maddi nemətlərin və mənəvi sərvətlərin istehsalında, mübadiləsində və istehlakında insanlar arasında münasibətlərdir
- ☐ spesifik sosial-iqtisadi kateqoriyadır

317 Mal çeşidinin detallaşdırma dərəcəsinə görə ödəmə qabiliyyətli tələbin poqnozları hansılardır?

- ☐ operativ poqnozlar
- ☒ makro və mikro poqnozlar
- ☐ məqsədli poqnozlar
- ☐ lokal poqnozlar
- ☐ cari poqnozlar

318 Tələbin poqnozları hansı funksiyaları yerinə yetirir?

- ☐ heç bir variant düzgün deyildir
- ☐ meylə qiymət vermək, problemlərin həllini göstərmək
- ☐ proseslər və meyillərin təhlilini
- ☒ yuxarıdakı variantlar doğrudur
- ☐ perspektivdə yeni alternativ aşkarlamaq.

319 Proqnozların əsas xüsusiyyətləri?

- ☐ heç bir variant düzgün deyildir
- ☐ çoxvariantlı
- ☐ empirik ehtimal xarakterli
- ☒ yuxarıdakı variantlar doğrudur
- ☐ kəmiyyət və keyfiyyətə ölçülə bilən olmalıdır

320 Satışın həcmının azalması, satışın ziyanla başa gəlməsi məhsulun həyat dövrünün hansı mərhələsinə uyğun gəlir

- ☐ stabillik (yetkinlik) mərhələsinə
- ☐ inkişaf (artım) mərhələsinə
- ☐ bazara çıxama mərhələsinə
- ☒ böhran mərhələsinə
- ☐ dircəliş mərhələsinə

321 Satışın həcmnin az olması, marketinqə çəkilən xərclərin isə çox olması məhsulun həyat dövrünün hansı mərhələsinə uyğun gəlir

- ☐ məhsulun layihələşdirilməsində;
- ☐ dircəliş mərhələsində
- ☐ inkişaf (artım) mərhələsində
- ☒ bazara çıxama mərhələsində
- ☐ stabillik (yetkinlik) mərhələsində

322 Tərkibinə görə aşağıda göstərilənlər mal təklifinə aid edilə bilərlərmi?

- ☐ heç bir variant düzgün deyildir
- ☐ müxtəlif istehsal və ticarət xidmətləri
- ☐ pərakəndə satış müəssisələrində və anbarlarında olan mallar
- ☒ yuxarıdakı variantlar doğrudur
- ☐ bazarda olan və bazara çıxarıla biləcək mal və xidmətlər

323 Fizioloji və səmərəli istehlak normalarının mahiyyəti və əhəmiyyəti nədir

- ☐ elmi cəhətdən əsaslandırılmış element kimi çıxış edir.
- ☐ istehsal sahələrinin gücü müəyyənləşdirilir
- ☐ mal dövriyyəsinin həcmi planlaşdırılır
- ☒ sənaye və istehsal sahələrinin, mal dövriyyəsinin perspektiv inkişaf planları müəyyənləşdirilir
- ☐ indiki və gələcək dövr üçün malların miqdarı aydınlaşdırılır

324 Səmərəli və fizioloji istehlak nədir?

- ☐ hormonik inkişafın mühüm şərtidir
- ☐ şüurlu tələbatın tam ödənilməsidir
- ☐ şüurlu tələbatdır
- ☒ Şüurlu tələbatın tam ödənilməsinə təmin edən, şəxsiyyətin hərtərəfli və hormonik inkişafının mühüm şərti kimi çıxış edən istehlakdır.
- ☐ şəxsiyyətin hərtərəfli inkişafıdır

325 Ömtəə bazarı və tələbin proqnozlaşdırılmasında hansı zaman və məkan informasiyalar tələb olunur?

- ☐ Əhalinin hər nəfəri hesabı ilə malın xüsusiyyətlərindən asılı olaraq təminatı
- ☐ Müəssisənin mal bazarında payı
- ☐ Əhalinin sayı və onun tərkibi, əhalinin pul gəlirləri, bazarın inkişaf meyli
- ☒ bütün variantlar və istehsalın fizioloji və səmərəli normaları
- ☐ malların bazar qiymətləri

326 Satışın həcmnin artım tempinin yüksək olması, marketinqə çəkilən xərclərin səviyyəsinin isə az olması məhsulun həyat dövrünün hansı mərhələsinə uyğun gəlir:

- ☐ böhran mərhələsində
- ☐ dircəliş mərhələsində
- ☐ bazara çıxama mərhələsində
- ☒ inkişaf (artım) mərhələsində
- ☐ stabillik (yetkinlik) mərhələsində

327 Xatırladıcı reklamlardan ən çox məhsulun həyat dövrünün hansı mərhələsində istifadə edilir

- ☐ böhran mərhələsində
- ☐ inkişaf (artım) mərhələsində
- ☐ bazara çıxama mərhələsində
- ☒ stabillik (yetkinlik) mərhələsində
- ☐ dircəliş mərhələsində

328 Nəsihətverici reklamlardan ən çox məhsulun həyat dövrünün hansı mərhələsində istifadə edilir

- ☐ böhran mərhələsində
- ☐ dircəliş mərhələsində
- ☐ bazara çıxama mərhələsində
- ☒ inkişaf (artım) mərhələsində
- ☐ stabillik (yetkinlik) mərhələsində

329 Tərkibinə görə mal təklifi necə təsnifləşdirilir?

- ☐ topdansaş ticarət anbarlarında olan mal ehtiyatları
- ☐ istehsal müəssisələrinin anbarlarında satış üçün kompleksləşdirilmiş hazır məhsul
- ☐ müvafiq satış təşkilatlarında firmalarında satış üçün kompleksləşdirilmiş, çeşidləşdirilmiş istehsal vasitələri
- ☒ bütün variantlar düzgündür
- ☐ yolda olan mallar

330 Əhalinin alıcılıq fondu mahiyyətinə görə necə bir göstəricidir?

- ☐ tələbin həcminə tam uyğun gəlir
- ☐ hesablanan göstəricisidir
- ☐ tələbin həcminə nisbətən uyğun gəlir
- ☐ direktiv xarakter daşıyır
- ☒ direktiv xarakter daşımır, hesablanan göstəricidir

331 Proqnozlaşdırılmanın yekun mərhələsindən istifadə olunur

- ☐ planlaşdırmada
- ☐ rəylərin verilməsində
- ☐ metodların seçilməsində
- ☒ planlaşdırma və idarəetmədə
- ☐ idarəetmədə

332 İlkin İnformasiyaların hazırlanması tələbin proqnozlaşdırılmasının neçənci mərhələsidir?

- ☐ 1
- ☐ 5
- ☐ 3
- ☒ 2
- ☐ 4

333 Proqnozların spesifik prinsipi hansılardır?

- ☐ qəti olması
- ☐ tamlıq
- ☐ dəqiqlik
- ☒ çoxvariantlılı və qəti olmaması
- ☐ çoxvariantlılıq

334 Səmərəli istehlak normaları hansı göstəricilərlə ifadə olunur?

- ☐ dəqiqlik ilə
- ☐ gün hesabı ilə
- ☐ cinsi

- ☒ natural
☐ vaxtla

335 Fizioloji istehlak formasının mahiyyəti nə ilə izah olunur?

- ☐ qeyri-ərzaq mallarının miqdarı ilə
☐ ərzaq və qeyri-ərzaq mallarının miqdarı ilə
☐ kalorilərin sayı ilə
☒ norma olaraq bir adama düşən qidaların miqdarı və keyfiyyəti ilə
☐ ərzaq mallarının miqdarı ilə

336 Şərti olaraq səmərəli istehlak normaları nəyi müəyyənləşdirir?

- ☐ norma olaraq bir adama düşən qidaların miqdarını
☐ ərzaq və qeyri-ərzaq mallarının miqdarını
☐ bir adama ərzaq mallarının miqdarını
☒ qeyri-ərzaq mallarında əşyaların sayını
☐ xidmətlərin dəyərini

337 Kommersiya proqnozları müddətə görə necə bölünür?

- ☐ cari, perspektiv
☒ qısa, orta və uzun müddətli
☐ qısa, orta
☐ qısa, orta və mövsümi
☐ uzunmüddətli və orta müddətli

338 Tələbin proqnozlaşdırılmasının neçə mərhələsi var?

- ☐ 2 və ya 3
☐ 4
☐ 5
☒ 6
☐ 1

339 Tələbin proqnozlaşdırılmasının necə spesifik prinsipi var?

- ☐ 4
☐ 3
☐ 1
☒ 2
☐ 5

340 Tələbin öyrənilməsi və proqnozlaşdırılmasında hansı növ informasiyalardan istifadə olunur?

- ☐ müşahidə
☐ sosial
☐ iqtisadi
☒ iqtisadi, sosial, demoqrafik və s.
☐ demmoqrafik

341 Markaların xüsusiyyətlərinin fərqlilik dərəcəsi güclü, istehlakçı cəlbəediciyi zəif olduqda qəbul edilən qərarlar

- ☐ ətalətə əsaslanan satınalma qərarlarıdır
☐ qərarların qəbulunun mürəkkəb prosesidir
☐ tədarük mərkəzləri tərəfindən qəbul edilən qərarlardır
☒ bəsit satınalma qərarlarıdır
☐ vərdisə əsaslanan satınalma qərarlarıdır

342 Alternativlərin fərqlilik dərəcəsi yüksək, istehlakçı cəlbediciliyi güclü olduqda qərarların qəbulu prosesi

- ☐ ətalətə əsaslanan satınalma qərarlarıdır
- ☐ vərdisə əsaslanan satınalma qərarlarıdır
- ☐ tədarük mərkəzləri tərəfindən qəbul edilən qərarlardır
- ☒ qərarların qəbulunun mürəkkəb prosesidir
- ☐ bəsit satınalma qərarlarıdır

343 Məhsul satın alınmasına dair qərarların qəbulu prosesində hansı kriteriyalar nəzərə alınır:

- ☒ məhsul markalarının xüsusiyyətləri arasındakı fərqin səviyyəsi və istehlakçı cəlbediciliyi
- ☐ qərarların qəbulu prosesinin xarakteri və bazarın cəlbediciliyi
- ☐ bazarın cəlbediciliyi və müəssisənin vəziyyəti
- ☐ artım və bazar payı
- ☐ istehlakçı cəlbediciliyi və bazar payı

344 Aşağıda göstərilən əməliyyatlardan hansı məhsul üzrə marketing planlaşdırılmasına aid deyildir

- ☐ satışın həcmnin proqnozlaşdırılması
- ☐ situasiyalı təhlil
- ☐ məqsədin müəyyənəşdirilməsi
- ☒ biznes portfelin təhlili
- ☐ məhsul üzrə marketing kompleksinin hazırlanması

345 Tələbatın yüksəlməsi qanununun mahiyyəti nədədir?

- ☐ heç bir variant düzgün deyildir
- ☐ cəmiyyətin inkişafı qanunlarından biridir.
- ☐ tələbatın daim artmasında və keyfiyyətin təkmilləşdirilməsinin təzahürüdür
- ☒ yuxarıdakı variantlar doğrudur
- ☐ məhsuldar qüvvələr və mədəniyyətin inkişafı ilə cəmiyyətin tələbatının artmasının və təkmilləşdirməsini ifadə edir

346 Tələbin proqnozu proqnozlaşdırmada nə kimi rol oynayır?

- ☐ real ziddiyyətləri əks etdirir
- ☐ əlavə və köməkçi materiallar toplusunu ifadə edir
- ☐ proqnozlaşdırmada ilkin məlumatları əks etdirir
- ☒ proqnozlaşdırmanın son nəticəsini ifadə edir
- ☐ ilkin mərhələni təşkil edir

347 Tələbin uzunmüddətli proqnozlarında əsasən nə müəyyənəşdirilir?

- ☐ tələbin strukturunun dəyişilməsi
- ☐ müvəqqəti və təsadüfi amillər
- ☐ kəmiyyət və keyfiyyət dəyişmələri
- ☒ mallar və xidmətlərin mümkün olan fiziki həcmi və qiymətin dəyişilməsi
- ☐ yuxarıdakıların heç biri

348 Markaların xüsusiyyətlərinin fərqlilik dərəcəsi aşağı, istehlakçı cəlbediciliyi güclü olduqda qərarların qəbulu prosesi

- ☐ ətalətə əsaslanan satınalma qərarlarıdır
- ☐ qərarların qəbulunun mürəkkəb prosesidir
- ☐ tədarük mərkəzləri tərəfindən qəbul edilən qərarlardır
- ☒ vərdisə əsaslanan satınalma qərarlarıdır
- ☐ bəsit satınalma qərarlarıdır

349 Məhsul (məhsul qrupları) üzrə marketing planlaşdırılmasına hansı mərhələdən başlanır:

- ☐ satışın həcmnin proqnozlaşdırılmasından
- ☐ məhsul üzrə marketinq kompleksinin hazırlanmasından
- ☐ məqsədin müəyyənləşdirilməsindən
- ☒ situasiyalı təhlildən
- ☐ məhsul üzrə marketinq büdcəsinin tərtibindən

350 Planlaşdırmanın metodları hansılardır?

- ☐ texniki-riyazi, statistik-təhlil, iqtisadi-texniki
- ☐ balans, texniki-riyazi, iqtisadi-statistik, iqtisadi-riyazi, iqtisadi təhlil
- ☐ texniki, riyazi, statistik, faktik
- ☒ strateji, texniki iqtisadi, iqtisadi-hesablamalar, taktiki
- ☐ tədqiqat, balans. təbliğat, riyazi-iqtisadi

351 İdarəetmənin funksiyaları hansılardır

- ☐ təşkilati, rəhbərlik, reklam, təşviqat
- ☐ planlaşdırma, reklam, nəzarət, tədqiqat
- ☐ planlaşdırma, nəzarət, əməliyyat
- ☒ planlaşdırma, təşkilati, rəhbərlik və nəzarət
- ☐ tədqiqat, bölgü, rəhbərlik, təşkilat

352 Təklif nədir?

- ☐ iqtisadi münasibətləri ifadə edir
- ☐ bazarda olan və bazara gətirilə bilən mal və xidmətlərin məcmusudur
- ☐ bazarın, mübadilə sferasının kateqoriyasıdır
- ☒ bütün variantlar düzgündür
- ☐ istehsalı bazarda təmsil edən göstəricidir

353 Tələb nədir?

- ☐ heç bir variant düzgün deyildir
- ☐ pul ilə ifadə olunan və pulla məhdudlaşdırılan ictimai tələbatdır
- ☐ tədavül dairəsində tələbatın pul ilə ifadəsinin təzahür formasıdır
- ☒ bütün variantlar düzgündür
- ☐ hər cür cəmiyyətin deyil, yalnız mal istehsalı və ona xas olan bölgü və mübadilə formalarını saxlanan cəmiyyətin kateqoriyasıdır

354 Əhalinin alıcılıq fondu nəyi göstərir?

- ☐ bütövlükdə tələbatı
- ☐ satınalınma malların dəyərlə ifadəsini
- ☐ cari dövrün pul gəlirlərinin miqdarını
- ☒ əhalinin mallara olan ödəmə qabiliyyətli tələbinin kəmiyyət göstəricini
- ☐ qiymətlər və tariflərin səviyyəsini

355 Əhalinin alıcılıq qabiliyyəti nəyi ifadə edir?

- ☐ qiymətlər və tariflərin səviyyəsini
- ☐ bütövlükdə tələbatı
- ☐ istehlakçıların mal və xidmətlər əldə etmək istəyini
- ☒ əhalinin ödəmə qabiliyyətli imkanını
- ☐ əhalinin mallara olan ödəmə qabiliyyətli tələbinin kəmiyyət göstəricini

356 Ölkənin müdafiə qabiliyyətini təmin edən göstəricilər hansı göstəricilər sisteminə aiddir?

- ☐ siyasi
- ☐ sosial

- ☐ mikro-iqtisadi
- ☒ makro-iqtisadi
- ☐ sosial-iqtisadi

357 Müəssisələrdə strateji marketing planlaşdırılması hansı idarəetmə pilləsində (səviyyəsində) həyata keçirilir

- ☐ strateji biznes vahidləri və məhsullar üzrə
- ☐ müəssisə və məhsullar üzrə
- ☐ məhsullar üzrə
- ☒ müəssisə və strateji biznes vahidləri üzrə
- ☐ strateji biznes vahidlər və məhsullar üzrə

358 Mal təklifinin əsasını nə təşkil edir?

- ☐ ixrac olunan mallar
- ☐ kəndli-fermer təsərrüfatları
- ☐ yerli sənaye istehsalı
- ☒ mal resursları
- ☐ idxal olunan mallar

359 Bazarın tutumunun proqnozlaşdırılması metodu

- ☐ qruplaşdırma metodudur
- ☐ sistemli yanaşma metodudur
- ☐ kompleks təhlil metodudur
- ☒ iqtisadi-riyazi metoddur
- ☐ funksional-dəyər təhlili metodudur

360 Ərazi üzrə istehlakın həcmi necə müəyyənləşdirilir?

- ☐ əhalinin alınan malların miqdarı ilə
- ☐ əhalinin sayı və alınan malların miqdarı ilə
- ☐ əhalinin pul gəlirlərinə görə
- ☒ əhalinin gözlənilən sayının hər nəfərə düşən orta istehlak normasına vurmaqla
- ☐ hər nəfərə düşən orta istehlak normasına görə

361 Tələbin dinamik modelləri hansı əlamətə görə iqtisadi-riyazi modellərinə aid edilir?

- ☐ modellərdə nəzərə alınan formalarına görə
- ☐ modellərin dinamiklik dərəcələrinə görə
- ☐ regressiya təhlilinə əsaslanan modellərə görə
- ☒ regressiya təhlilinə əsaslanan modellərə və modellərin dinamiklik dərəcələrinə görə
- ☐ modellərdə nəzərə alınan amillərin sayına görə

362 İqtisadi-riyazi modelləşdirmədə regressiya təhlilinə əsaslanan modellər hansı əlamətlərə görə təsnifləşdirilir?

- ☐ regressiya təhlilinə əsaslanan modellərə görə
- ☐ tələblə amillər arasında riyazi əlaqənin formasına görə
- ☐ modellərdə nəzərə alınan amillərin sayına görə
- ☒ modellərdə nəzərə alınan amillərin sayına, tələblə amillər arasında riyazi əlaqənin formasına, modellərin dinamiklik dərəcəsinə görə
- ☐ modellərin dinamiklik dərəcəsinə görə

363 Proqnozlaşdırmada riyazi instrumentariyaya nələr aiddir?

- ☐ proqnozlaşdırılan kəmiyyətin dinamik sıralarının ekstrapolyasiyası
- ☒ yuxarıdakı variantların hamısı

- ☐ korrelyasiya və regressiya təhlilinə əsaslanan metodlar
- ☐ tələblə onu formalaşdıran amillər arasında əlaqənin kəmiyyətə ekstrapolyasiyası
- ☐ sadə ekstrapolyasiya metodları

364 Mal satışını proqnozlaşdırarkən düzxətli trend metodu hansı düstur üzrə daha asan hesablanır?

- ☐ $y = (x - x_0)^2 \cdot n$
- ☐ $aEt + bEt^2 = EY_t$
- ☐ $n \cdot a + b \cdot E t = E^4$
- ☒ $Y_t = a + bt$
- ☐ $Y = a_0 + x_1 a_1 + x_2 a_2 + \dots + x_n a_n$

365 Ekstrapolyasiyanın trend metodu tələbin proqnozlaşdırılmasının hansı halında tətbiq olunur?

- ☐ heç biri düzgün deyildir
- ☐ amillər az olduqda
- ☐ amillər çox olduqda
- ☒ amillər haqqında məlumat olmadıqda
- ☐ tələbə təsir edən 2 amil olduqda

366 Tələbin qeyri-xətli modelində tələblə amillər arasında əlaqə necə olur?

- ☐ hiperbola
- ☐ logarifmik
- ☐ xətti
- ☒ qeyri-xətli
- ☐ logistik

367 $Y = a + bx$ necə bir funksiyadır?

- ☐ hiperbola
- ☐ üstlü
- ☐ loqarifmik
- ☒ xətti
- ☐ loqistik

368 Tələbin qiymət elastikliyi

- ☐ məhsul modifikasiyasına uyğun olaraq qiymət səviyyəsinin dəyişmə faizidir
- ☐ məhsulun miqdarının dəyişmə faizinin onun son hədd xərclərinin dəyişmə faizinə nisbətidir
- ☐ məhsulun miqdarının dəyişmə faizinin onun istehsalına çəkilən xərclərin dəyişmə faizinə nisbətidir
- ☒ məhsulun miqdarının dəyişmə faizinin onun qiymətinin dəyişmə faizinə nisbətidir
- ☐ istehlakçı davranışının dəyişməsinə uyğun olaraq tələbin həcmnin dəyişməsidir

369 Məhsulun qiymətinin artması

- ☐ məhsul istehsalının ixtisar edilməsinə səbəb olur
- ☐ təklifin həcmnin azalmasına səbəb olur
- ☐ təklifin həcminə təsir etmir
- ☒ təklifin həcmnin artmasına səbəb olur
- ☐ istehsalın həcmnin azalmasına səbəb olur

370 Müvafiq hesablamalarda satış üzrə proqnozun orta səhvini necə müəyyən etmək olar?

- ☐ dispersiya əmsalının dinamik sırada göstərilənlərə tam nisbəti ($P_s = 6_{KB:n}$)
- ☐ dispersiya əmsalının dinamik sırada göstərilənlərə nisbəti ($P_s = 6_{KB:n}$)
- ☐ dispersiya əmsalı ilə dinamik sırada göstərilənlərin hasilini ($P_s = 6_{KB \cdot x \cdot n}$)
- ☒ kökaltı dispersiya əmsalının dinamik sırada göstəricilərə nisbəti
- ☐ dispersiya əmsalının dinamik sırada göstərilənlərə orta nisbəti ($P_s = 6_{KB:n}$)

371 Tələbin proqnozlaşdırılması neçə məntiqi mərhələdən keçir?

- ☐ 3
- ☐ 2
- ☐ 4
- ☒ 6
- ☐ 5

372 Tələbin elastikliyi nəyi ifadə edir?

- ☐ tariflərin dəyişilməsi ilə baş verən dəyişikliklər
- ☐ təsir altında olduğu amillərin dəyişməsi nəticəsində əhali tələbinin dəyişmə qabiliyyəti
- ☐ pul gəlirlərinin dəyişməsi ilə tələbin dəyişilməsi
- ☒ heç bir variant düzgün deyildir.
- ☐ qiymətlərin dəyişilməsi ilə yaranan tərəddüdlər

373 Ekstrapolyasiyanın mahiyyəti nədir?

- ☐ təsir altında olduğu amillərin dəyişməsi nəticəsində əhali tələbinin dəyişmə qabiliyyətini əks etdirir
- ☐ özündən kənarda keçmiş dövrün inkişafını əks etdirir.
- ☐ dinamik sıranın özündə indiki zamanın inkişafını əks etdirir
- ☒ dinamik sıranın özündən kənarda onun keçmiş və indiki dövründə inkişafını xarakterizə edən səviyyəsini göstərir.
- ☐ gələcəyin inkişaf perspektivini göstərir.

374 $y=a+bx$ neçə funksiyadır?

- ☐ hiperbola
- ☐ üstlü
- ☐ loqarifmik
- ☒ xətti
- ☐ loqistik

375 Nəzərə alınan amillərin sayına görə regressiya metodları hansılardır?

- ☐ sadə regressiya modelləri
- ☐ tələbin dinamik modelləri
- ☐ tələbin xətti modelləri
- ☒ çoxamilli və sadə regressiya modelləri
- ☐ çoxamilli regressiya modelləri

376 Tələblə onu formalaşdıran amillər arasında əlaqənin kəmiyyətcə ekstrapolyasiyası hansı metodları özündə birləşdirir?

- ☐ analogiya və müqayisə metodlarını
- ☐ tələbin elastiklik əmsalına əsaslanan metodlarını
- ☐ korrelyasiya və regressiya təhlilinə əsaslanan metodları və elastiklik əmsalına əsaslanan metodlarını
- ☐ sadə ekstrapolyasiya metodlarını
- ☒ heç bir metodu birləşdirmir.

377 Məhsulun qiymətinin azalması

- ☐ istehsalın miqyasının genişləndirilməsinə səbəb olur
- ☐ təklifin həcminə təsir etmir
- ☐ təklifin həcmnin artmasına səbəb olur
- ☒ təklifin həcmnin azalmasına səbəb olur
- ☐ ölkədə iqtisadi fəallığı yüksəldir

378 Məhsulun qiymətinin azalması

- ☐ satışın həcminə təsir etmir
- ☐ tələbatın həcmnin azalmasına səbəb olur
- ☐ tələbatın həcminə təsir etmir
- ☒ tələbatın həcmnin artmasına səbəb olur
- ☐ istehlakın həcminə təsir etmir

379 Məhsulun qiymətinin artması

- ☐ satışın həcminə təsir etmir
- ☐ tələbatın həcminə təsir etmir
- ☐ tələbatın həcmnin artmasına səbəb olur
- ☒ tələbatın həcmnin azalmasına səbəb olur
- ☐ istehlakın həcmnin artmasına səbəb olur

380 Əhalinin pul gəlirləri və məsrəfləri balansı hansı göstərici üzrə hazırlanır

- ☐ heç bir variant doğru deyil
- ☐ gözlənilən balans
- ☐ hesabat balansı
- ☒ bütün variantlar doğrudur
- ☐ qarşıdakı il üçün plan balansı

381 Alıcılıq fondu nəyin əsasında hesablanılır?

- ☐ əmanətlərin miqdarı və əməyin ödənilməsi üzrə pul gəlirləri
- ☐ əhalinin məcmu pul gəlirləri
- ☐ resurslar balansı
- ☒ əhalinin pul gəlirləri və məsrəfləri balansı
- ☐ ailənin büdcəsi

382 Aşağıdakılardan hansı keyfiyyət proqnozuna aid deyildir?

- ☐ istehlakçıların anket sorguları
- ☐ analoji və müqayisə
- ☐ satışın həcmnin qiymətləndirilməsi
- ☒ elastiklik əmsalından istifadə
- ☐ ekspert qiymətləndirilməsi

383 Elastiklik əmsalı göstəricisində neçə amil iştirak edir ?

- ☐ daha çox
- ☐ 3
- ☐ 5
- ☒ 1
- ☐ 2

384 Korelyasiya və reqressiya metodunda funksiya kimi hansı göstərici çıxış edir?

- ☐ birbaşa dəyişən
- ☐ mal təklifi
- ☐ sərbəst dəyişən
- ☒ asılı dəyişən-tələb
- ☐ təklif və tələb

385 Qiymət səviyyəsi ilə tələb kəmiyyəti arasında nə kimi asılılıq var?

- ☐ heç bir asılılıq yoxdur.
- ☐ düzünə
- ☐ birbaşa

- ☒ tərzinə
☐ hər ikisi bərabərdir

386 İstifadə edilən informasiya mənbələrinə hansı metodlar aiddir?

- ☐ budcə statistikasına əsaslanan metodlar
☒ variantı normativ və ticarət statistikasına əsaslanan metodlar
☐ ekspert qiymətləndirilməsi metodu
☐ tələbin statistik proqnozlaşdırma metodları
☐ normativ metodlar

387 Qısa müddətli və orta müddətli proqnozlarda hansı metodlar istifadə olunur?

- ☐ kəmiyyət metodu
☐ anoloji metod
☐ normativ metod
☒ keyfiyyət və kəmiyyət metodları
☐ keyfiyyət və həndəsi artım metodu

388 Strateji marketinq planlaşdırılmasının məqsədi

- ☐ müəssisənin məhsul çeşidinin planlaşdırılmasıdır
☐ məhsul (məhsul qrupları) üzrə marketinq planlarının tərtib edilməsidir
☐ müəssisənin illik biznes planlarının tərtib edilməsidir
☒ müəssisənin məqsədi, imkanları və resursları ilə bazarın imkanları arasında uyğunluq yaratmaqdır
☐ müəssisənin məhsul satışının planlaşdırılmasıdır

389 Proqnozlar hansı əlamətlər üzrə təsnifləşdirilə bilər?

- ☒ bütün əlamətlər düzgündür
☐ metodların mahiyyətinə görə
☐ istifadə edilən informasiya mənbələrinə görə
☐ ərazi əlamətlərinə görə
☐ metodların tiplərinə görə və s.

390 Cari proqnozlar hansılardır?

- ☐ keyfiyyətinə görə proqnozlaşdırmanın bir növüdür;
☐ tələbin cari dövr üçün (illik, aylıq) tərtib edilən proqnozlarıdır
☐ müddətinə görə proqnozlaşdırmanın bir növüdür
☒ müddətinə görə proqnozlaşdırmanın bir növüdür; tələbin cari dövr üçün (illik, aylıq) tərtib edilən proqnozlarıdır
☐ kəmiyyətinə görə proqnozlaşdırmanın bir növüdür;

391 Proqnozlaşdırma metodlarına görə hansı proqnozlar vardır?

- ☐ keyfiyyət
☐ qlobal
☐ lokal
☒ kəmiyyət və keyfiyyət.
☐ kəmiyyət

392 Proqnozlaşdırmanın istiqamətinə görə hansı proqnozlar mövcuddur?

- ☐ genetik və məqsədli proqnozlar
☐ genetik proqnozlar
☐ birqiymətli proqnozlar
☒ interval formalı proqnozlar
☐ məqsədli proqnozlar

393 Proqnozlaşdırmada istifadə edilən metodların miqdarına görə tələbin hansı proqnozları vardır?

- ☐ kompleks
- ☐ lokal
- ☐ qlobal
- ☒ simpleks , dupleks və kompleks
- ☐ simpleks

394 Region poqnozlar hansı əlamətlərə görə təsnifləşdirilir?

- ☐ istifadə edilən metodların sayına görə
- ☐ dövrünə görə
- ☐ obyektivinə görə
- ☒ ərazi əlamətlərinə görə
- ☐ poqnozlaşdırma metodlarına görə

395 Operativ poqnozlar hansı dövrü əhatə edir?

- ☐ illik
- ☐ aylıq
- ☐ on günlük (dekada)
- ☒ bir ilə qədər olan dövrü
- ☐ rüblük

396 Proqnozlaşdırılma obyektinə görə tələbin proqnozları hansı əlamətlərə görə təsnifləşdirilir?

- ☐ mal çeşidinin detallaşdırma dərəcəsinə görə
- ☐ məqsədinə görə
- ☐ istiqamətinə görə
- ☒ mal nomenklaturasının komplekslik və mal çeşidinin detallaşdırma dərəcəsinə görə
- ☐ mal nomenklaturasının komplekslik dərəcəsinə görə

397 Proqnozlaşdırılma obyektinin xarakterinə görə proqnozların növləri hansılardır?

- ☐ fərdi və kompleks
- ☐ regional
- ☐ lokal
- ☒ tərdi, aqreqat və kompleks
- ☐ aqreqat

398 Ortamüddətli kommersiya proqnozları nədir?

- ☐ əsasən kəmiyyət xarakteristikalarını əhatə edir
- ☐ müxtəlif xidmətlərin, sazişlərin, müqavilələrin hazırlanmasını əhatə edir
- ☐ əsasən konkret məqsədlər və kəmiyyət xarakteristikalarını əhatə edir
- ☒ bir qayda olaraq 3-5 il müddətini əhatə edir, rəhbərlik tərəfindən işlənilib hazırlanır, strateji məqsədləri ifadə edir
- ☐ ərzaq və qeyri-ərzaq mallarının satışını keçirir

399 Qısamüddətli kommersiya proqnozları nədir?

- ☐ ərzaq və qeyri-ərzaq mallarının satışını həyata keçirir
- ☐ bir qayda olaraq 3-5 il müddətini əhatə edir, rəhbərlik tərəfindən işlənilib hazırlanır, strateji məqsədləri ifadə edir
- ☐ əsasən kəmiyyət xarakteristikalarını əhatə edir, illik müddətə tərtib olunur
- ☒ cari operativ planlaşmadır və müəssisənin illik, yarımillik və s. müddətə vəzifələrini müəyyənləşdirir
- ☐ əsasən konkret məqsədlər və kəmiyyət xarakteristikalarını əhatə edir

400 Uzunmüddətli kommersiya proqnozları nədir?

- ☐ ərzaq mallarının satışını həyata keçirir, uzun müddətli olur

- ☐ əsasən kəmiyyət xarakteristikalarını əhatə edir, 5 il müddətini əhatə edir
- ☐ bir qayda olaraq 3-5 il müddətini əhatə edir, rəhbərlik tərəfindən işlənilib hazırlanır, strateji məqsədləri ifadə edir
- ☒ əsasən konkret məqsədləri əhatə edir və 5 il müddətinə tərtib olunur
- ☐ müxtəlif xidmətlərin, sazişlərin, müqavilələrin hazırlanmasını əhatə edir

401 Proqnozlaşdırma dövrünün müddətinə görə proqnozların növü hansılardır?

- ☐ operativ
- ☐ ortamüddətli və uzunmüddətli
- ☐ qısamüddətli
- ☒ hamısı düzgündür
- ☐ cən

402 Valyuta hesabına hansı məbləğ mədaxil edilə bilməz?

- ☐ müvəkkil olunmuş bankın, Milli bankın və ya Maliyyə Nazirliyinin icazəsi ilə digər daxil olmalar
- ☐ alınmış əmtəələrin ödənilməsinə görə digər valyuta hesabından köçürülmüş məbləğ
- ☐ ixrac olunmuş əmtəələrin haqqı kimi müvəkkil olunmuş bank tərəfindən xaricdən köçürülmüş və valyuta ehtiyatına qalan məbləğ
- ☒ hesab sahibi tərəfindən valyuta birjasından əldə olunmamış mədləğlər
- ☐ hesab sahibi tərəfindən valyuta birjasında və valuta hərracında əldə olunmuş məbləğlər

403 Xarici valyuta ilə hesablaşmalar necə həyata keçirilir?

- ☒ milli bankın xüsusi icazəsi ilə
- ☐ nazirlər kabinetinin xüsusi icazəsi ilə
- ☐ milli məclisin qərarı ilə
- ☐ banklar birliyinin sərəncamı ilə
- ☐ beynəlxalq valyuta fondunun qərarı ilə

404 Əmtəə əməliyyatlarına hansı daxil deyil?

- ☐ əmtəələrin çeşidinin artırılması tədbirlərin görülməsi
- ☐ xammalın, materialın hazır məhsulun alqı-satqısı
- ☐ xammalın alınması, gətirilməsi, anbara yığılması
- ☒ əmtəə markasının saxtalaşmasına qarşı tədbirlər
- ☐ əmtəənin markalanması. əmtəə nişanının hazırlanması

405 Hesablaşmalar müəssisələr tərəfindən hansı üsullarla aparılır?

- ☐ akreditivlərlə, ödəniş tapşırıqları ilə
- ☐ hesablaşmalarda iştirak etməməklə
- ☐ hesablaşmalarda iştirak etməklə
- ☒ nəqd və nəqdsiz
- ☐ çeklə, veksellərlə

406 Kommersiya sənədləri hansı sənədlərdir?

- ☐ gəmi sahibinin yükü daşımağa qəbul etməsinin təsdiq olunmasıdır
- ☐ yük daşıyan tərəfindən yükün daşınmaya qəbul edilməsi barədə imzalanan sənəddir
- ☐ satıcının alıcıya göndərilən mal üçün sənəddə göstərilən məbləğin ödənilməsi barədə tələbini əks etdirən sənəddir
- ☒ əmtəələrin dəyəri, keyfiyyət və kəmiyyət xüsusiyyətləri barədə məlumat verən sənədlərdir
- ☐ gəmi sahibi tərəfindən dəniz yolu vasitəsi ilə daşınmağa qəbul edilməsini təsdiq edən sənəddir

407 Kreditlə ödəmə nədir?

- ☐ hesablaşmanın digər firmadan aldığı borc hesabına ödənilməsidir
- ☐ hesablaşmanın ixracçı tərəfindən idxalçıya verdiyi kommersiya krediti əsasında həyata keçirilməsidir
- ☐ əmtəənin dəyərinin eyni dəyerdə digər əmtəə ilə ödənilməsidir

- ☒ əmtənin dəyərinin hissə-hissə ödənilməsidir
- ☐ hesablamanın dövlət təminatı verilməklə ödənilməsidir

408 Kommersiya hesabı hansı sənəddir?

- ☐ gəmi sahibinin yükü daşımağa qəbul etməsinin təsdiq olunmasıdır
- ☐ yük daşıyan tərəfindən yükün daşınmaya qəbul edilməsi barədə imzalanan sənəddir
- ☐ əmtəələrin dəyəri, keyfiyyət və kəmiyyət xüsusiyyətləri barədə məlumat verən sənədlərdir
- ☒ satıcının alıcıya göndərilən mal üçün sənəddə göstərilən məbləğin ödənilməsi barədə tələbini əks etdirən sənəddir
- ☐ gəmi sahibi tərəfindən dəniz yolu vasitəsi ilə yükün daşınmağa qəbul edilməsini təsdiq edən sənəddir

409 Tələbin elastikliyi

- ☐ qiymətin səviyyəsinin azalması (artması) nəticəsində satışın ümumi məbləğinin sabit qalmasını xarakterizə edir
- ☐ qiymətin dəyişməsi nəticəsində alıcı məhsul alınmasından imtina edir
- ☐ qiymətin dəyişməsinə istehlakçıların heç bir reaksiya verməməsinə xarakterizə edir
- ☒ qiymətin səviyyəsinin azalması (artması) satışın həcmının artmasını (azalmasını) xarakterizə edir
- ☐ qiymətin səviyyəsinin azalması (artması) satışın həcminin sabit qalmasını xarakterizə edir

410 Tələb elastik olmadığı halda

- ☐ məhsulun qiymətinin cüzi artması nəticəsində satışın həcmi hiss ediləcək dərəcədə azalır
- ☐ məhsulun qiymətinin cüzi azalması nəticəsində satışın həcmi nisbətən çox artır
- ☐ məhsulun qiymətinin cüzi azalması nəticəsində satışın həcmi hiss edilməyəcək dərəcədə azalır
- ☒ qiymətin cüzi azalması nəticəsində satışın ümumi həcmi demək olar ki, sabit qalır
- ☐ məhsulun qiymətinin cüzi azalması nəticəsində şəhərlərdə satışın həcmi artır

411 Tələbin elastikliyi yüksək olduğu halda

- ☐ məhsulun qiymətinin cüzi aşağı düşməsinə istehlakçılar heç bir reaksiya vermirlər
- ☐ məhsulun qiymətinin cüzi aşağı düşməsi nəticəsində şəhərlərdə satışın həcmi artır, kəndlərdə isə dəyişməz qalır
- ☐ məhsulun qiymətinin cüzi aşağı düşməsi nəticəsində satışın həcmi dəyişməz qalır;
- ☒ məhsulun qiymətinin cüzi aşağı düşməsi nəticəsində satışın həcmi hiss ediləcək həcmdə artır
- ☐ məhsulun qiymətinin cüzi aşağı düşməsi nəticəsində satışın həcmi hiss edilməyəcək dərəcədə artır

412 Faydasız auditoriyaya kimlər aid edilir

- ☐ alıcılıq qabiliyyəti olmayan, lakin reklam edilən məhsulu almaq niyyətində olan istehlakçılar
- ☐ sənaye və kənd təsərrüfatı məhsullarının istehsalı ilə məşğul olan sahibkarlar
- ☐ şəhər və qəsəbələrdə yaşayan istehlakçılar
- ☒ müəssisənin reklam etdiyi obyektlə maraqlanmayan və ya ondan istifadə etməyən istehlakçılar
- ☐ əhalinin televiziya verilişlərinə baxmayan, qəzet oxumayan hissəsi

413 Tələbin proqnozlaşdırılmasında hansı zaman və məkan informasiyaları vacibdir?

- ☐ istehlakın fizioloji və səmərəli normaları
- ☐ əhalinin pul gəlirləri
- ☐ əhalinin sayı və onun tərkibi
- ☒ variantların hamısı
- ☐ müəssisənin mal bazarında payı

414 Orta müddətli proqnozlarda əhali tələbi hansı strukturda proqnozlaşdırılır?

- ☐ nisbətən makro tərkibdə
- ☐ makro tərkibdə
- ☐ xırda detallar üzrə
- ☒ mikro və nisbətən makro tərkibdə
- ☐ yalnız mikro tərkibdə

415 Əhalinin həyat səviyyəsi hansı göstəriciləri özündə əks etdirir?

- ☐ sosial təminatın həcmi, quruluşu və dinamikasını
- ☐ əhalinin müxtəlif qruplar üzrə xəstəlikləri
- ☐ əhalinin sağlamlıq vəziyyəti
- ☒ bir sıra əlavələrlə hamısını
- ☐ səhiyyə, tibb personalları, həkim köməyi və tibb ləvazimatlarının sayını

416 Demografik proqnozlar hansı metodlar əsasında hazırlanır?

- ☐ "alternativ variant"
- ☐ əhalinin illik artım tempi üzrə ekstrapolyasiya
- ☐ ekspert qiymətləndirmə
- ☒ bütün variantlar üzrə
- ☐ modelləşdirmə

417 Aşağıda göstərilənlərdən hansılar ictimai xarakterinə görə tələbata aid edilir?

- ☐ kollektivlərin
- ☐ hər bir üzvün
- ☐ cəmiyyətin, əhalinin
- ☒ yuxarıda göstərilənlərin hamısı
- ☐ hər bir sosial-iqtisadi qrupların

418 Bazarın tutumu aşağıdakı kimi müəyyən edilir

- ☐ ölkədə istehsal edilən məhsulun dəyər + ixracın dəyər ifadəsində həcmi + ilin əvvəlinə qalıqla ilin axırına qalıq arasındakı fərq (dəyər ifadəsində)
- ☐ ölkədə istehsal edilən məhsulun dəyər + idxalın dəyər ifadəsində həcmi - ilin əvvəlinə qalıq
- ☐ ölkədə istehsal edilən məhsulun dəyər + idxalın dəyər ifadəsində həcmi + ilin əvvəlinə qalıqla ilin axırına qalıq arasındakı fərq (dəyər ifadəsində)
- ☒ ölkədə istehsal edilən məhsulun dəyəri + idxalın dəyər ifadəsində həcmi - ixracın dəyər ifadəsində həcmi + ilin əvvəlinə qalıqla ilin axırına qalıq arasındakı fərq (dəyər ifadəsində)
- ☐ ölkədə istehsal edilən məhsulun dəyər + idxalın dəyər ifadəsində həcmi - ixracın dəyər ifadəsində həcmi - ilin axırına qalığının həcmi (dəyər ifadəsində)

419 Müəssisə səviyyəsində marketinqin strateji planlaşdırılmasına nədən başlanılır

- ☐ müəssisənin maliyyə imkanlarının öyrənilməsindən
- ☒ müəssisənin missiyasının müəyyən edilməsindən
- ☐ müəssisənin məqsədinin üyən edilməsindən
- ☐ müəssisənin strategiyasının hazırlanmasından
- ☐ müəssisənin istehsal güclərinin öyrənilməsindən

420 Mikro quruluşlu proqnozlar hansılardır?

- ☐ variantların heç biri düzgün deyildir
- ☒ yuxarıdakı bütün variantlar düzgündür
- ☐ cari istehsal proqramlarının tərtib edilməsində istifadə edilir
- ☐ əhali tələbinin qısa müddətə proqnozlaşdırılmasında tətbiq edilir
- ☐ mal çeşidinin qrupdaxili strukturunun çox dərindən xarakterizə edir

421 Aşağıda göstərilən göstəricilərdən hansı ölkənin ÜMD-ə təsir edir?

- ☐ kommunal məsrəfləri
- ☒ mal və xidmətlərin dövlət tədarükü
- ☐ ev təsərrüfatı istehlakçılarının məsrəfləri
- ☐ biznesin investisiya məsrəfləri
- ☐ xidmət məsrəfləri

422 Makroiqtisadi parametrlərin modelləşdirilməsi düsturlarından hansı qeyri-asılı amillər modelidir?

- ☐ $y=f(x_1, x_2, x_3)$
- ☒ $y=f(0, z, u)$
- ☐ $y=f(0, z, u)$
- ☐ $y=a_0+a_1x_1+x_2+\dots+a_nx_n$
- ☐ $y=a_0+a_1x_1+a_2x_2+\dots+a_nx_n$

423 Dövlət səviyyəsində proqnozlaşdırılan və planlaşdırılan makroiqtisadi göstəricilərə aşağıdakılardan hansı aiddir?

- ☐ dövlətlərarası xarici iqtisadi əlaqələri formalaşdıran göstəricilər və s.
- ☐ əsas iqtisadi və sosial problemlərin həllini şərtləndirən geniş təkrar istehsalın zəruri proporsiyalarını təmin edən göstəricilər
- ☒ hamısı düzdür
- ☐ ümumdövlət investisiya və elmi-texniki siyasətini həyata keçirən göstəricilər
- ☐ heç biri aid deyildir

424 Aşağıda göstərilən amillərdən hansılar beynəlxalq bazarlara çıxmanı zəruri edir:

- ☐ məhsulların modifikasiyası
- ☒ milli (daxili) bazarlarda məhsul bolluğunun yaranması
- ☐ məhsulların hazırlanması prosesinin müxtəlifliyi
- ☐ məhsulların böüşdürülməsi və satışı kanallarının müxtəlifliyi
- ☐ marketingin planlaşdırılması prosesinin müxtəlifliyi

425 Biznes portfelin artım strategiyasından hansı müəssisələr istifadə edir

- ☐ həm marketing imkanları, həm də iqtisadi vəziyyəti stabil olan müəssisələr
- ☒ həm marketing imkanları, həm də iqtisadi vəziyyəti güclü olan müəssisələr
- ☐ marketing imkanları güclü, iqtisadi vəziyyəti zəif olan müəssisələr
- ☐ marketing imkanları zəif, iqtisadi vəziyyəti güclü olan müəssisələr
- ☐ həm marketing imkanları, həm də iqtisadi vəziyyəti zəif olan müəssisələr

426 Qiymət yuvarlaq rəqəm olmamalıdır deyimi hansı amilə əsaslanır

- ☐ məhsulun keyfiyyəti ilə əlaqədar olan amillərə
- ☒ psixoloji amillərə
- ☐ xərclərlə əlaqədar olan amillərə
- ☐ rəqəbatla əlaqədar olan amillərə
- ☐ tələbatla əlaqədar olan amillərə

427 Planlar hansı göstəricilər üzrə tərtib olunur?

- ☐ real göstəricilər
- ☒ natural, dəyər və nisbi göstəricilər
- ☐ natural göstəricilər
- ☐ dəyər göstəriciləri, nisbi göstəricilər
- ☐ həqiqi göstəricilər

428 Planlaşdırmanın xarakterik cəhətləri

- ☒ bütün variantlar düzgündür
- ☐ planlar elmi xarakter daşmalıdır
- ☐ planlar optimal və real olmalıdır
- ☐ planlar fasiləsiz olmalıdır
- ☐ planlar sabit olmalıdır

429 İqtisadi konyunkturun hansı növləri vardır?

- ☐ "aşağı"
- ☒ bütün variantlar aiddir
- ☐ "yüksəlməkdə olan"
- ☐ "yüksək"
- ☐ "azalmağda olan"

430 Makroiqtisadi göstəricilərin proqnozlaşdırılmasında hansı proqnozlardan istifadə olunur?

- ☐ demoqrafik və elmi-texniki tərəqqi üzrə proqnozlardan
- ☒ kompleks proqnozlardan
- ☐ yalnız mühüm bir proqnozdan
- ☐ demoqrafik
- ☐ elmi-texniki tərəqqi üzrə proqnozlardan

431 Makroiqtisadi göstəricilərin proqnozlaşdırılması metodologiyası hansı metodlara əsaslanır?

- ☐ ümumelmi və ya məntiqi
- ☒ bütün variantlar aiddir
- ☐ dəqiq elm
- ☐ konkret elmi
- ☐ elmlərarası

432 Ölkənin mənfəət, ixrac və idxal, bütün maliyyələşdirmə mənbələri üzrə uzunmüddətli investisiyaların həcmi hansı göstəricilər qrupuna aiddir

- ☐ mikroiqtisadi
- ☒ makroiqtisadi
- ☐ sosial
- ☐ siyasi
- ☐ Sosial-iqtisadi

433 Çəşidin formalaşması nədir?

- ☐ əmtəələrin qiymətinin, keyfiyyətinin, təyinatının nəzərə alınması ilə komplektləşdirilməsidir
- ☒ əhalinin ərzaq və qeyri-ərzaq mallarına olan tələbatının maksimum dərəcədə tam və dolğun şəkildə ödəmək və bununla bərabər tələbatə fəal təsir göstərmək məqsədilə mallara olan ehtiyacı öyrənməyə yönəldilməsi başa düşülür
- ☐ əhalinin tələbinə uyğun əmtəələrin hazırlanması və bazara təklifdir
- ☐ tam alıcı kompleksinə aid olan əmtəələrin kompleksləşdirilməsi
- ☐ əhalinin tələbinə uyğun əmtəələrin hazırlanması və bazara təklifdir

434 Əmtəələrin həyat dövrünün mərhələləri hansılardır?

- ☐ kamillik mərhələsi, yetkinlik mərhələsi, artım mərhələsi, enmə mərhələsi
- ☒ bazara daxil olma mərhələsi, artım mərhələsi, kamillik mərhələsi, tənəzzül mərhələsi
- ☐ artım mərhələsi, yetkinlik mərhələsi, satış mərhələsi
- ☐ reklam, şəxsi satış, pərakəndə satış
- ☐ pərakəndə satış, topdansatış, şəxsi satış

435 Məhsulun keyfiyyətinin yüksəldilməsi əsasında onun modifikasiyası hansı halda məqsədəuyğundur

- ☐ məhsulun modifikasiyası əlavə xərclər və resurslar tələb etmədiyi halda)
- ☒ keyfiyyət parametrlərinin yüksəldilməsini istehlakçı mütərəqqi dəyişiklik kimi qəbul etdiyi halda
- ☐ məhsulun keyfiyyətini yüksəltməyə imkan verən texnika və texnologiya mövcud olduğu halda
- ☐ elmi-tədqiqat və konstruktor-layihələrinin həyata keçirilməsi üçün resurslar mövcud olduğu halda
- ☐ bu işin həyata keçirilməsi üçün daha ucuz və keyfiyyətli material resurslarının mövcud olduğu halda

436 nəğdsiz qaydada pul vəsaitlərinin kredit təşkilatı vasitəsi ilə yazılı və ya elektron formada rəsmləşdirilən sərəncam nədir?

- ☐ ödəniş tələbnaməsi
- ☒ ödəniş sənədi
- ☐ ödəmə tapşırığı
- ☐ akreditiv
- ☐ çek

437 Hesab sistemlərinin və pul vəsaitlərinin daxil olduğu təyinat sistemidir

- ☐ hesablaşma hesabı
- ☒ sənəd dövriyyəsi
- ☐ banklar
- ☐ valyuta sistemi
- ☐ kassa sistemi

438 Nəğdsiz hesablaşmaların formasına aid deyil?

- ☐ bank hesabı
- ☐ ödəniş tələbnaməsi
- ☐ akreditiv
- ☐ çek
- ☒ ödəniş tapşırığı

439 Azərbaycanda nəğdsiz pul dövriyyəsinin təxminən neçə faizini təşkil edir?

- ☐ .9
- ☐ .4
- ☒ .2
- ☐ .15
- ☐ .3

440 İnkişaf etmiş ölkələrdə nəğdsiz pul dövriyyəsinin neçə faizini təşkil edir?

- ☐ 70-75%
- ☒ 90-95%
- ☐ 50-60%
- ☐ 1
- ☐ 75-80%

441 Funksional əlamətinə görə proqnozlar hansı tiplərə bölünür. Düzgün variantı tapmalı

- ☐ bütün cavablar düzdür
- ☐ milli iqtisadiyyatın dinamikasının proqnozu
- ☐ normativ proqnoz
- ☐ ayrı-ayrı müəssisələrin və istehsalatların inkişafı proqnozları
- ☒ axtarış proqnozu

442 Demografik proqnozun işlənməsinin hesablama mərhələsinə nə daxil deyildir?

- ☐ ölüm göstəricilərinin
- ☐ əhalinin strukturunun əsaslandırılması
- ☒ demoqrafik inkişafının məqsədlərinin əsaslandırılması
- ☐ əhalinin sayının əsaslandırılması
- ☐ əhalinin təbii artımının əsaslandırılması

443 Demografik proqnozun işlənməsinin ilkin mərhələsinə nə daxil deyildir?

- ☐ ölkədə və regionda ilkin demoqrafik vəziyyətin təhlili
- ☒ demoqrafik proqnozun məqsədlərinin tərkibinin əsaslandırılması
- ☐ ölkənin demoqrafik inkişafında meydana çıxan neqativ meyllərin aşkara çıxarılması

- ☐ ictimayi inkişafın nəticələri ilə bu göstəricilərin dinamikası ilə müqayisəsi
- ☐ ötən dövr ərzində cəmiyyətin inkişafının demoqrafik nəticələrin təhlili

444 Daha uzun müddətli proqnozlar hansı dövrə tərtib olunur?

- ☐ 60 ildən yuxarı
- ☐ 30 ildən yuxarı
- ☒ 50 ildən yuxarı
- ☐ 40 ildən yuxarı
- ☐ 1dən yuxarı

445 Zamana və izləməyə görə proqnozlar bölünür:

- ☐ bütün cavablar düzdür.
- ☐ struktur (sahələrarası və regionlar arası)proqnoz
- ☐ normativ proqnoz
- ☐ normativ proqnoz
- ☒ operativ

446 Modelləşdirmə metoduna aid deyil

- ☐ hamısı aid deyildir
- ☐ matris modeli
- ☒ trend ekstropolyasiyası
- ☐ şəbəkə
- ☐ struktur

447 Aşağıdakılardan hansı ekspert metoduna aid deyildir:

- ☐ delfi
- ☒ hamısı aiddir
- ☐ intervyu
- ☐ zehni hücum
- ☐ komissiya metodu

448 Proqnozlaşdırmanın normativ metodunun tərtibi üçün əsas sayılır:

- ☐ Normativlər
- ☒ analogiyanın tətbiqi
- ☐ norma
- ☐ Proqnoz göstəricilərin hesablanması
- ☐ Düzəldilmiş normalar

449 Analogiya prinsipinə əsaslanan proqnoz metodunu göstərin:

- ☐ Ekonometrik metod
- ☒ modelləşdirmə metodu
- ☐ sürüşkən orta metodu
- ☐ Ekstropolyasiya
- ☐ Ən kiçik kvadrat metodu

450 Qeyd olunanlardan hansı proqnozlaşdırmanın analogiya metoduna əsaslanır?

- ☐ düzgün cavab yoxdur
- ☒ Modelləşdirmə metodu
- ☐ Normativ metod
- ☐ Ekstropolyasiya metodu
- ☐ Ən kiçik kvadratlar metodu

451 Aşağıda qeyd olunan metodlardan hansılar proqnozlaşdırmanın formalaşdırılmış metoduna aiddir?

- ☐ Bütün cavablar düzgündür
- ☒ Normativ metod
- ☐ İntervyu metodu
- ☐ Komissiya metodu
- ☐ Fərdi ekspert qiymətləndirilməsi

452 Trend modelinin əmsalının tapılmasında hansı metod onun verilən nöqtələrdən uzaqlaşdırılmasını minimumlaşdırmağa imkan verir.

- ☐ ssenarinin yazılması
- ☒ ən kiçik kvadratlar
- ☐ riyazi
- ☐ statistik
- ☐ morfoloji təhlil

453 Modelləşdirmə metodlarına aid deyil:

- ☐ struktur modelləşdirmə
- ☒ interval modelləşdirmə
- ☐ bütün cavablar səhvdir
- ☐ matrisa modelləşdirilməsi
- ☐ şəbəkə modelləşdirməsi

454 Korrelyasiya-regressiya təhlili məsələlərinə hansılar aid deyil?

- ☐ tənliyin parametrlərinin qiymətləndirilməsi
- ☐ dəyişənlər arasında asılılıq formasının tədqiqi
- ☐ dəyişənlər arasında kəmiyyət nisbətlərinin müəyyən edilməsi
- ☐ regressiya tənliyinin formasının müəyyən edilməsi
- ☒ proqnozlaşdırılan göstəricinin optimal qiymətini müəyyən edilməsi

455 Eksropolyasiya metoduna aid deyil:

- ☐ adaptiv hamaralama
- ☐ sürüşkən orta
- ☒ amillər təhlili
- ☐ ən kiçik kvadratlar
- ☐ eksponsial hamaralama

456 Proqnozlaşdırılmanın formallaşdırılmış metodlar qrupunda hansı qruplar birləşib?

- ☐ Ekstropolyasiya və modelləşmə
- ☒ Bütün cavablar düzgündür
- ☐ Normativ və balans metodları
- ☐ Regressiv və korelyasiya
- ☐ Ən kiçik kvadratlar və orta sürüşkən metodlar

457 Konosament nədir?

- ☐ Gəmi sahibinin yükü daşımağa qəbul etməsinin təsdiq olunmasıdır
- ☐ Satıcının alıcıya göndərilən mal üçün sənəddə göstərilən məbləğin ödənilməsi barədə tələbini əks etdirən sənəddir
- ☐ Əmtəələrin dəyəri, keyfiyyət və kəmiyyət xüsusiyyətləri barədə məlumat verən sənədlərdir
- ☒ Yük daşıyan tərəfindən yükün daşınmaya qəbul edilməsi barədə imzalanan sənəddir
- ☐ Gəmi sahibi tərəfindən dəniz yolu vasitəsilə yükün daşınmağa qəbul edilməsini təsdiq edən sənəddir

458 Qrantı kimdir?

- ☐ Agentdir
- ☐ Satış hüquq verilmiş istehsalçıdır
- ☐ Istehsalçıdır
- ☒ Satış hüququ verilmiş şəxsdir
- ☐ İstehlakçıdır

459 Kovernot hansı sənəddir?

- ☐ Yük daşıyan tərəfindən yükün daşınmaya qəbul edilməsi barədə imzalanan sənəddir
- ☐ Malın göndərildiyi limanda sığorta cəmiyyətinin blankında tərtib olunub, həm sığorta edən, həm də sığorta olunan tərəfindən imzalanan sənəddir
- ☐ Sığorta cəmiyyəti tərəfindən sığortalamanın həyata keçirildiyini və polis verildiyini təsdiq edən sənəddir
- ☒ Sığortalama barədə sığorta olunanın göstərişlərinin sığortalama prosesində yerinə yetirilməsi barədə sığorta edənin verdiyi sənəddir
- ☐ Bədbəxt hadisələr və risklər nəticəsində sığorta olunana dəymiş zərərin sığorta edən tərəfindən ödəniləcəyi barədə öhdəlik götürməsi haqda verdiyi sənəddir

460 Satış hüquqi verilmiş şəxs kimdir?

- ☐ broker
- ☐ istehlakçı
- ☐ istehsalçı
- ☒ qrantı
- ☐ agent

461 birjalarda məhsullar hərrac təşkil-etməklə satıla bilərmi?

- ☐ hərraclar qeyri-qanuni olduqda mümkündür
- ☐ xeyir
- ☐ bəli
- ☒ bəzən mümkündür
- ☐ heç vaxt ola bilməz

462 Birjaların növünə aid deyil?

- ☐ fond birjalrı
- ☒ hər biri aiddir
- ☐ əmək birjalrı
- ☐ valyuta birjalrı
- ☐ əmtəə birjalrı

463 Birjalar nə ilə məşguldur

- ☐ heç biri doğru deyil
- ☐ vasitəçilik funksiyasını həyata keçirən pərakəndə ticarətlə
- ☐ vasitəçilik fəaliyyətini həyata keçirən topdan alışla
- ☒ vasitəçilik funksiyasını həyata keçirən topdan ticarətlə
- ☐ vasitəçilik şirkəti olub, strateji planın hazırlanması ilə

464 Tələbi formalaşdırən amillər hansılardır?

- ☐ iqtisadi amillər
- ☐ subyektiv amillər
- ☐ ancaq obyektiv amillər
- ☒ əhalinin tələbatının yaranmasını, inkişafını və formalaşmasını müəyyənləşdirən şərtlər və cəhətlər
- ☐ əhalinin sosial-iqtisadi və mədəni-məişət şəraiti

465 Reklam kampaniyasının məqsədi

- ☐ məhsulun istehlakçılara çatdırılmasını tezləşdirməkdir

- ☐ məhsulun birbaşa satışının həyata keçirilməsidir
- ☐ məhsul istehsalının həcmnin artırılmasıdır
- ☒ məhsul satışının həcmnin artırılmasıdır
- ☐ məhsulun keyfiyyətini yüksəltməkdir

466 İstehsalçılar bazarına hansı rəqabət forması uyğun gəlir

- ☐ funksional rəqabət;
- ☐ eyni növ məhsulların rəqabəti
- ☐ haqsız rəqabət
- ☒ istehlakçıların rəqabəti
- ☐ istehsalçıların rəqabəti

467 İstehlakçı davranışı baxımından son istehlakçılar bazarının segmentləşdirilməsi amillərinə aşağıdakılardan hansı aiddir

- ☐ istehlakçının yerləşmə sıxlığı
- ☐ məhsulgöndərənlərlə əməkdaşlıq səviyyəsi
- ☐ istehlakçının gəlirlərinin səviyyəsi, ailələrin sayı
- ☒ istehlakçıların həyat tərzini və şəxsiyyətinin tipi
- ☐ müştərilərlə əməkdaşlıq səviyyəsi

468 İctimaiyyətlə əlaqənin məqsədi

- ☐ məhsulun yayımını həyata keçirməkdir
- ☐ məhsul haqqında istehlakçıya məlumat verməkdir
- ☐ məhsulu reklam etməkdir
- ☒ xeyirxah münasibətlərin yaradılmasıdır
- ☐ məhsulun mövqeləşdirilməsidir

469 Səyyar satıcı olaraq yalnız komissiyon haqqı alan aralıq satıcı kimdir?

- ☐ konsiqnat
- ☐ distribyuter
- ☐ broker
- ☒ asent
- ☐ makler

470 Pərakəndə ticarəti təmərküzləşmə formasına aid deyil?

- ☐ mikrorayon ticarət mərkəzləri
- ☐ mərkəzi işgüzar rayon
- ☐ regional ticarət mərkəzləri
- ☒ imtiyaz saxlayan təşkilatların birləşməsi
- ☐ rayon ticarət mərkəzləri

471 İstehlak kooperativini kimə məxsusdur?

- ☐ istehsalın, satışın və bölgünün ardıcıl mərhələləri vahid tabelikdə olan müəssisədir
- ☐ aralıq satıcıların pərakəndə satış şəbəkəsidir
- ☐ istehsalçıların sahib olduqları hər hansı bir pərakəndə satış firmasıdır
- ☒ istehlakçıların sahib olduqları hər hansı bir pərakəndə satış firmasıdır
- ☐ ümumi nəzarət və mülkiyyətdə olan pərakəndə şəbəkədir

472 Aşağıdakılardan hansı pərakəndə ticarətin təsnifat əlaməti deyil?

- ☐ ticarət xidmətinin xarakteri
- ☐ təklif edilən əmətə çeşidi
- ☐ qiymətə nisbi münasibət

- ☒ göstərilən əlavə xidmətlər
- ☐ mənsubiyyət və təmərküzləşmənin müxtəlifliyi

473 Məhdud xidmət göstərən kommivoyarjer kimdir?

- ☐ məişət cihazlarının xırda satıcılarıdır
- ☐ mebel və iri məişət məlumatlarını nümunələrlə satışıdır
- ☐ iri ticarət firmalarının səyyar ticarət agentləri olub, əmtəələrin nümunələrini alıcılara göstərməklə əmtəələri onlara təklif edir
- ☒ ərzaq mallarının ticarət mərkəzində satışını həyata keçirir
- ☐ malların açıq sərgi nümayişi ilə satılmasıdır

474 Kommersiya fəaliyyətində broker hansı formalardır?

- ☐ uzun müddət əlaqə yaradan anbarı olan vasitəçilərdir
- ☐ birjada alıcı ilə satıcı əsasında əmtəə satışı, alışı, dəyişdirilməsi üzrə ticarət əməliyyatlarının həyata keçirilməsində vasitəçi rolunu yerinə yetirir
- ☐ uzun müddətə alıcı ilə satıcının əlaqəsini yaradan firmalardır
- ☒ qısa müddətli əlaqələri yaradan, malı alıb özünü küləşdirməyən firmalardır
- ☐ anbarı olan, ticarət şəbəkəsi olan iri kompaniyalardır

475 Ticarət nişanı nədir?

- ☐ patentləşdirilmiş marka adıdır
- ☐ ticarət markasında istifadə edilən simvollarıdır
- ☐ marka adıdır
- ☐ ticarət markasıdır
- ☒ hüquqi müdafiəsi təmin olunmuş marka və ya onun hissəsidir

476 Tələbatın tərəddüd etdiyi halda marketingin hansı formasında istifadə etmək məqsəduyğundur

- ☐ demarketing
- ☐ təmərküzləşmiş marketing
- ☐ konversiya marketingi
- ☒ sinxromarketing.
- ☐ həvəsləndirici marketing

477 Marketing yanaşması baxımından bazar

- ☐ müəssisənin məhsuluna maraq göstərən istehlakçıların bir hissəsidir
- ☐ konkret regionun istehlakçısıdır
- ☐ mübadilə prosesidir
- ☒ oxşar tələbatları olan istehlakçıların məcmusudur
- ☐ konkret regionda yerləşən bütün müəssisələrin məcmusudur

478 Eyni adlı məhsulların müxtəlif növləri arasındakı rəqabət

- ☐ arzu edilən məhsulların rəqabətidir
- ☐ funksional rəqabətdir
- ☐ oxşar məhsulların rəqabətidir
- ☒ növ rəqabətidir
- ☐ sahələrarası rəqabətdir

479 Aşağıdakılardan hansı marketing kommunikasiyasına daxil deyil

- ☐ pablik rileyşnz
- ☐ reklam
- ☐ təbliğat
- ☒ markalanma
- ☐ stimullaşma

480 Müəyyən məkandakı davranış qaydaları nə adlanır?

- ☐ akt
- ☐ oferta
- ☐ protokol
- ☒ etiket
- ☐ etik kodeks

481 ticarət biznesinin əsasını nə təşkil edir?

- ☐ biznes fəaliyyəti
- ☐ biznes əməliyyatları
- ☐ ticarət əməliyyatları
- ☒ kommersiya fəaliyyəti
- ☐ ticarət fəaliyyəti

482 ticarət prosesinin əsas fiquru kimdir?

- ☐ Marketoloqlar
- ☐ Tacir
- ☐ Əmtəəşünas
- ☒ Kommersant
- ☐ Ticarət agenti

483 ekspertlər tərəfindən nəzərə alınmayan amillər hansılardır?

- ☐ sorğu metodu
- ☐ ehtimal olunan
- ☐ az ehtimal olunan
- ☒ təsadüfi
- ☐ ekspert metod

484 Sahibkara yaxşı məlum olan amillər necə adlanır?

- ☐ sorğu metodlar
- ☐ təsadüfi amillər
- ☐ az ehtimal olunan amillər
- ☒ ehtimal olunan amillər
- ☐ ekspert metodlar

485 Riskin dərəcəsinin müəyyənləşdirilməsi üçün metodlar hansılardır?

- ☐ müşahidə və təhlil
- ☐ sorğu və razılaşma
- ☐ ekspert və sorğu
- ☒ statistik və ekspert
- ☐ müşahidə və statistik metod

486 Rekalmasiya nədir?

- ☐ riskdir
- ☐ etirazdır
- ☐ iradlardır
- ☒ itkilərdir
- ☐ kommersiya sənəddir

487 Kommersiya fəaliyyəti nəticəsində mümkün ziyanə məruz qalmaq, itkilərin olması nədir?

- ☐ Depresiya

- ☐ Fəlakət
- ☐ Fors-mayor
- ☒ Risk
- ☐ Gəlirlərin azalması

488 Reklamasiyaya cavab hansı formada göndərilir?

- ☒ yazılı
- ☐ telefonla
- ☐ şifahi və qismən yazılı
- ☐ şifahi
- ☐ fəks və internetlə

489 Kommersiya yazışmasının funksional forması reklamasiya hansıdır?

- ☐ «əmtənin vaxtında alınması barədə alıcının satıcıya göndərdiyi təşəkkür məktubudur
- ☐ alıcının satıcıya iradəsi
- ☐ alıcının satıcıya etirazı barədə mal göndərən tələbnaməsidir
- ☒ müqavilə şərtlərində nəzərdə tutulmuş öhdəlikləri düzgün yerinə yetirmədikdə, mal alanın mal verəndən etdiyi tələbdir
- ☐ satıcının alıcıya iradəsi

490 Kommersiya yazışmasının funksional forması oferta hansıdır?

- ☐ özündə istehsalçının alıcıya müraciətini əks etdirən kommersiya sənədidir
- ☐ özündə istehsalçının alıcıya müraciətini əks etdirən işgüzar protokoldur
- ☐ kommersiya sövdələşməsinin bağlanması üçün formal təklifdir ki, özündə razılaşmanın mövcud şərtlərini əks etdirir (çəşid, miqdar, qiymət, müddət, tərəflərin maddi məsuliyyəti)
- ☒ özündə çəşid, miqdar, maddi məsuliyyət əks etdirən sənəddir
- ☐ özündə istehsalçının alıcıya müraciətini əks etdirən müqavilədir

491 Kommersiya yazışmasının funksional forması sorğu hansıdır?

- ☐ özündə istehsalçının alıcıya göndərdiyi tələbnamədir
- ☐ özündə istehsalçının alıcıya müraciətini əks etdirən işgüzar protokoldur
- ☐ özündə istehsalçının alıcıya müraciətini əks etdirən kommersiya sənədidir
- ☒ özündə satıcının alıcıya müraciətini əks etdirən «kommersiya sənədidir»
- ☐ özündə istehsalçının alıcıya müraciətini əks etdirən müqavilədir

492 İşgüzar protokol nədir?

- ☐ xarici ticarət əlaqələrinin yaradıldığı vaxt, tərəflərin bağladığı saziş
- ☐ danışıqların yeri, şəraiti, göstərilən sənəd (yerin rahatlığın, səs küysüz şərait
- ☐ danışıqların aparılması üçün qonaqların dəvət olunması, protokolun yazılması (vaxt, rəqlament, iyerarxiya)
- ☒ işgüzar görüşlərin aparılması qaydasıdır (görüşün vaxtı, yeri, şəraiti, qəbulun seçilməsi, qonaqların siyahısı)
- ☐ danışıqların yeri, şəraiti, beynəlxalq saziş qaydaları

493 Tez xarab olan məhsullar mənşəyinə görə necə qruplaşdırılır?

- ☐ ərzaq malları, siqaretlər, duz və s.
- ☐ emal edilmiş məhsul yükləri
- ☐ bitki mənşəli, heyvanat mənşəli, tədarük edilmiş k/t məhsulları
- ☒ bitki mənşəli, heyvanat mənşəli, emal edilmiş məhsul yükləri, canlı bitki yükləri
- ☐ heyvanat mənşəli tez xarab olan məhsullar

494 Marka nişanı nədir?

- ☐ maddi resursların dövlətin mülkiyyətində olduğu şəraitdə mərkəzləşdirilmiş planlaşmanı təmin edən idarə heyəti
- ☐ istehlakına əmək sərf olunan hər şey
- ☐ müəssisənin və ya firmanın kommersiya sirlərini bilən və istehsalat tətbiq edən şəxs

- ☒ markanın tanınan, lakin tələffüz oluna bilinməyən hissəsidir (rəməz, rəsm, fərqləndirici rəng və ya özünəməxsus şrift təyinatı)
- ☐ hər-hansı bir satıcının və ya satıcılar qrupunun əmtəələrini yaxud xidmətlərini eyniləşdirmək, bunlara rəqiblərin əmtəələri və xidmətlərindən fərqləndirmək təyinatı olan ad termin, nişan, rəməz, rəsm və ya onların birləşməsidir

495 Marka nədir?

- ☐ istehlakına əmək sərf olunan hər bir əmtəə məhsul, keyfiyyət daşıyıcısıdır
- ☐ firmanın hüquqi əsasda təsdiqini tapmış proqram
- ☐ markanın tanınan, lakin tələffüz oluna bilinməyən hissəsidir (rəməz, rəsm, fərqləndirici rəng və ya özünəməxsus şrift təyinatı)
- ☒ hər-hansı bir satıcının və ya satıcılar qrupunun əmtəələrini yaxud xidmətlərini eyniləşdirmək, bunlara rəqiblərin əmtəələri və xidmətlərindən fərqləndirmək təyinatı olan ad termin, nişan, rəməz, rəsm və ya onların birləşməsidir
- ☐ müəssisənin və ya firmanın kommersiya sirlərini bilən və istehsalat təbiiq edən şəxslərin nişanları

496 İntistutsional təşkilatlar bazarı:

- ☐ həmin məhsulları hər hansı təbii fəlakətlərin nəticəsini aradan qaldırmaq məqsədi ilə alan istehlakçılardan ibarətdir
- ☐ həmin məhsulları humanitar yardımların göstərilməsi məqsədi ilə alan istehlakçılardan ibarətdir
- ☐ məhsulları yenidən satmaq məqsədi ilə satın alan müəssisə və təşkilatlardan ibarətdir
- ☒ digər məhsullar istehsal etmək məqsədi ilə məhsul satılan istehlakçılardan ibarətdir
- ☐ həmin məhsulları şəxsi istehlakı məqsədi ilə alan istehlakçılardan ibarətdir

497 İstehsal vasitələri istehsal edən sənaye müəssisələrinə aid deyil

- ☐ kimya
- ☐ energetika
- ☐ metallurgiya
- ☒ nəqliyyat
- ☐ maşınqayırma

498 Buraxılan məhsulun iqtisadi təyinatına görə bütün sənaye müəssisələri necə qruplaşdırılır

- ☐ heç biri doğru deyil
- ☐ bütün yarımfabrikatlar istehsal edən müəssisələr
- ☐ sənaye və qeyri-ərzaq məhsulları istehsal edən müəssisələr
- ☒ istehsal vasitələri və istehlak malları istehsal edən sənaye müəssisələri
- ☐ köməkçi məhsullar, hərbi və kənd təsərrüfatı məhsulları istehsal edən müəssisələr

499 Səhmdar cəmiyyətin nizamnamə kapitalı necə formalaşır

- ☐ heç biri doğru deyil
- ☒ sadə və imtiyazlı səhmlərin yerləşdirilməsi nəticəsində
- ☐ veksellərin üçüncü şəxsə notarial formada ötürülməsi nəticəsində
- ☐ xarici investorlardan sadə səhmlərin köçürülməsi nəticəsində
- ☐ yalnız yerli sərmayədarların sadə və köçürmə səhmlərinin yerləşdirilməsi nəticəsində

500 Şərikli (tam ortaqlı) müəssisənin çatışmayan cəhətləri onun hansı formasında aradan qaldırılır

- ☐ fərdi müəssisələrdə
- ☐ səhmdar cəmiyyətlərdə
- ☐ payçı və tam ortaqlı müəssisələrdə
- ☒ payçı və şərikli (komaudit ortaqlılıqları) müəssisə
- ☐ maliyyə sənaye qruplarında

501 Bu alıcı psixologiyasının altı vəziyyətindən biridir

- ☐ bazarlıq etməyə dəvət
- ☒ bazarlıq etmə

- ☐ qiymətə münasibət
- ☐ əmtəə çeşidinə münasibət
- ☐ mövsumi mallara münasibət

502 Kommunikasiya prosesində yerinə yetirilən vəzifələrə aiddir?

- ☐ müşavirələrin, presskonfransların keçirilməsi
- ☒ müraciətin seçilməsi
- ☐ şəxsi satış tədbirlərinin həyata keçirilməsi
- ☐ istehlakçılarla əlaqələrin yaxşılaşdırılması
- ☐ kommunikasiya vasitələrindən istifadə etməklə birbaşa marketingin həyata keçirilməsi

503 Kommunikasiya əlaqələri sisteminə aiddir

- ☐ Kütləvi informasiya vasitələri
- ☒ Daxili əlaqələr sistemi
- ☐ Birbaşa poçt göndərişləri
- ☐ İnternet
- ☐ Qəzet və jurnallar

504 Kommunikasiya prosesində kanallar

- ☐ Reklamaların yayım vasitələridir
- ☒ İnformasiya yayım vasitələri, müraciəti göndərəcidən qəbul edən və əks tərəfə ötürən vasitədir
- ☐ Yerüstü reklam şitləridir
- ☐ Qəzet və jurnallardır
- ☐ Kütləvi informasiya vasitələridir

505 Kommunikasiya prosesində qəbul edən

- ☐ İnteraktiv marketingi həyata keçirən tərəfdir
- ☒ Göndərici tərəfin göndərdiyi məlumatı alan şəxsdir
- ☐ Mal alışını həyata keçirən tərəfdir
- ☐ Məhsul çeşidini formalaşdıran tərəfdir
- ☐ Şəxsi satışı həyata keçirən tərəfdir

506 Bu element informasiya ötürülməsini təmin edir:

- ☐ Əks əlaqə
- ☐ Göndərici
- ☐ Şifrəçmə
- ☒ Kanallar
- ☐ Nəticə

507 Kommunikasiya prosesinin elementidir:

- ☐ Satışın həvəsləndirilməsi
- ☐ marketing
- ☐ Birbaşa
- ☒ Əks əlaqə
- ☐ Reklam

508 Kommunikasiya prosesinin elementidir:

- ☐ Şəxsi satış
- ☐ satışın həvəsləndirilməsi
- ☐ Məhsul
- ☒ Müraciət
- ☐ Qiymət

509 Marketingin kommunikasiya prosesi özündə neçə elementi birləşdirir:

- ☐ 11
- ☐ 6
- ☐ 5
- ☒ 9
- ☐ 7

510 Marketing kommunikasiyası kompleksinə aiddir

- ☐ Məhsula qiymətkoyma prosesi
- ☐ Məhsulun differensiallaşdırılması
- ☐ Məhsul satışı prosesi
- ☒ İrəlilədilmə üzrə stimullaşdırma kompleksi
- ☐ Məhsul çeşidinin planlaşdırılması

511 Marketingin kommunikasiyası

- ☐ məhsula tələbatın formalaşdırılmasıdır
- ☐ satışın həvəsləndirilməsi üzrə tədbirlər kompleksidir
- ☐ reklam fəaliyyətinin həyata keçirilməsidir
- ☒ satışın həcmnin artırılması məqsədilə hədəf (məqsəd) auditoriyasına təsir göstərilməsi vasitələrinin məcmusudur
- ☐ satış həcmnin artırılması məqsədilə məhsulun yayımı və satışın təşkili prosesidir

512 Şərikli (tam ortaqlı) müəssisə hansıdır

- ☐ bir və ya bir neçə fiziki və hüquqi şəxs tərəfindən yaradılan, nizamnamə fondu təsis müqaviləsi ilə müəyyən edilən həcmdə paylara bölünən müəssisədir
- ☐ müəssisə azı bir şərikli və bir payçı tərəfindən təsis edilir
- ☐ vətəndaşın mülkiyyətində və ya onun ailə üzvlərinin ümumi pay mülkiyyətində olan müəssisədir
- ☒ ən azı iki fiziki və hüquqi şəxs tərəfindən müqavilə əsasında təsis edilir ki, onlar müəssisənin öhdəlikləri üçün bütün əmlakları ilə məsuliyyət daşıyırlar
- ☐ dövlət əmlakını idarə etməyə vəkil edilən dövlət orqanları tərəfindən yaradılır

513 Mülkiyyət mənsubiyyətinə görə necə bölünür

- ☐ heç biri doğru deyil
- ☐ dövlət, qarışıq, kollektiv, şəxsi
- ☐ dövlət, xüsusi, fərdi, qarışıq
- ☒ dövlət, xüsusi, kollektiv, qarışıq
- ☐ şəxsi, fərdi, müştərək, dövlət

514 İstehsalın təşkili tipinə görə necə qruplaşdırılır

- ☐ heç biri doğru deyil
- ☐ seriyalı, ixtisaslaşmış, fərdi
- ☐ kütləvi, tam, ixtisaslaşmış
- ☒ kütləvi, seriyalı, fərdi
- ☐ fərdi, ixtisaslaşmış, şəxsi

515 Müəssisənin optimal ölçüsünü müəyyən edən amillər hansılardır

- ☐ heç biri doğru deyil.
- ☐ zəif tərəflər, güclü tərəflər
- ☐ mikro və makro istehsal amilləri
- ☒ istehsal daxili və xarici amillər
- ☐ ümumi və xüsusi amillər

516 Təmərküzləşmənin hansı formaları var

- ☐ heç biri doğru deyil
- ☐ dəyişkən, texniki, texnoloji
- ☐ dəyişən, formalaşmış, texnoloji
- ☒ aqrəqat, istehsal-texniki, texnoloji
- ☐ iqtisadi, istehsal, texniki

517 Təmərküzləşmənin mahiyyəti nədir

- ☐ heç biri doğru deyil
- ☐ məhsul istehsalı üzrə kiçik istehsal müəssisələrinin toplaşaraq iri müəssisələr yaratması
- ☐ toplaşma, cəmləşmə
- ☒ məhsul istehsalı üzrə iri istehsal müəssisələrinin xüsusi çəkilərinin mütəmadi artmasıdır
- ☐ məhsul istehsalı üzrə orta və kiçik müəssisələrin xüsusi çəkisinin mütəmadi artırılmasıdır.

518 İqtisadi artımın intensiv amili deyildir:

- ☐ istehsalın təşkili hesabına təsərrüfat fəaliyyətinin effektivliyinin yüksəldilməsi
- ☐ işçilərin ixtisasının artırılması
- ☐ ETT-n ixtisasının artırılması
- ☒ xammal, material, yanacaq istehlakının artımı
- ☐ əsas və dövrüyyə fonlarından istifadənin yaxşılaşdırılması

519 Aşağıdakılardan hansı iqtisadi artım göstəriciləridir?

- ☐ hamısı aiddir
- ☐ büdcə xərcləri
- ☐ pul kütləsinin həcmi
- ☒ əhəlinin hər nəfərinə UMM
- ☐ ixracın həcmi

520 . İqtisadi artımın əsas modellərinə aid deyildir:

- ☐ Hamısı aiddir
- ☐ Harrod modeli
- ☐ Domar modeli
- ☒ Hiks-Hansen modeli
- ☐ Solou modeli

521 . Proqnozlaşdırılan obyektlər informasiya təminatı dərəcəsinə görə bölünür. Düzgün variantı tapmalı

- ☐ düz cavab yoxdur.
- ☐ Dəyişkən obyektlər vaxt funksiyası baxımından fasiləsizdir və tənzimlənən xarakter daşıyır
- ☐ diskret (fəsiləli) obyektlər, fiksə olunmuş vaxt etibarilə kəskin dəyişir.
- ☒ kəmiyyət informasiyası ilə tam təmin olunan obyektlər ekstropolyasiya metodunun və ya statistik metodunu tətbiq etmək üçün kifayətdir.
- ☐ tsiklik obyektlər vaxtaşırı vaxt funksiyası baxımından tənzimlənə bilər.

522 Kommunikasiya :

- ☐ Məqsədli auditoriyaya zəruri informasiyanın ötürülməsi prosesidir
- ☐ İstehlakçılarla işküzər münasibətlərin yaradılmasıdır
- ☐ Alıcılara təsir etmə vasitəsidir
- ☒ İki və ya daha çox subyekt arasında informasiya mübadiləsi prosesidir
- ☐ Müəssisənin işküzər fəaliyyətinin təmin edilməsi prosesidir

523 İstehlakçılar qiyməti aşağı olan məhsulların satın alınmasında bu konsepsiyada üstünlük verirlər

- ☐ sosial-etik marketing konsepsiyasında
- ☐ kommersiya amillərinin intensivləşdirilməsi konsepsiyasında

- ☐ məhsulların təkmilləşdirilməsi konsepsiyasında
- ☒ istehsalın təkmilləşdirilməsi konsepsiyasında
- ☐ istehlakçı marketinqi (marketing)konsepsiyasında

524 İstehsalçıların, istehlakçıların və bütünlükdə cəmiyyətin mənafeyləri (maraqları) eyni zamanda nəzərə alınır

- ☐ sosial-etik marketing konsepsiyasında
- ☐ məhsulların təkmilləşdirilməsi konsepsiyasında
- ☐ istehsalın təkmilləşdirilməsi konsepsiyasında
- ☒ istehlakçı marketinqi konsepsiyasında
- ☐ kommersiya amillərinin intensivləşdirilməsi konsepsiyasında

525 İstehlakçının daha yüksək keyfiyyətli məhsula üstünlük verməsi bu marketing konsepsiyasına xasdır:

- ☐ sosial-etik marketing
- ☐ məhsulların təkmilləşdirilməsi
- ☐ istehsalın təkmilləşdirilməsi
- ☒ istehlakçının marketinqi
- ☐ kommersiya amillərinin intensivləşdirilməsi

526 Məhsulun maya dəyərinin və qiymətinin aşağı salınması marketingin bu forması üçün xarakterikdir:

- ☐ kommersiya amillərinin intensivləşdirilməsi
- ☒ istehsalın təkmilləşdirilməsi
- ☐ aktiv marketing
- ☐ istehlakçının marketinqi və sosial-etik marketing
- ☐ passiv marketing

527 Kommersiya amillərinin intensivləşdirilməsi konsepsiyasına görə müəssisə satışın həcmnin artırılması üçün:

- ☐ ekoloji cəhətdən təmiz məhsulların istehsalını təşkil etməlidir
- ☐ istehlakçıların tələbatlarını öyrənməli və ona uyğun gələn məhsulların istehsalını təşkil etməlidir
- ☐ istehsal texnologiyasını təkmilləşdirməlidir
- ☒ satışın həvəsləndirilməsi tədbirləri hazırlamalı və həyata keçirməlidir
- ☐ məhsulun istehsalı və satışına çəkilən xərclərin ixtisar edilməsini təmin etməlidir

528 Məhsulun təkmilləşdirilməsi konsepsiyasına görə uğurun əsasında nə dayanır?

- ☐ İstehlakçının tələbatını cəmiyyətin maraqlarını nəzərə almaqla ödəməyə
- ☐ daha yaxşı reklam
- ☐ Geniş yayılmış və əlçatan qiymətlərlə məhsulların mövcudluğu
- ☒ keyfiyyətli məhsul
- ☐ İstehlakçının tələbatını rəqiblərindən daha yaxşı ödəmək

529 İstehlakçılar keyfiyyətli məhsulu alacaq – bu hansı marketing konsepsiyasının əsasını təşkil edir?

- ☐ marketing konsepsiyası
- ☐ kommersiya söylərinin gücləndirilməsi
- ☐ məhsulun təkmilləşdirilməsi
- ☒ sosial-etik marketing konsepsiyası
- ☐ istehsalın təkmilləşdirilməsi

530 İstehlakçının tələbatını cəmiyyətin maraqlarını nəzərə almaqla ödəməyə çalışmaq – bu hansı marketing konsepsiyasının əsasını təşkil edir?

- ☐ marketing konsepsiyası
- ☐ kommersiya söylərinin gücləndirilməsi

- ☐ məhsulun təkmilləşdirilməsi
- ☒ sosial-etik marketing konsepsiyası
- ☐ istehsalın təkmilləşdirilməsi

531 İstehlakçıların ancaq yüksək keyfiyyətli məhsullar alacağına əsaslanan strategiya bu konsepsiyaya əsaslanır

- ☐ məhsulun təkmilləşdirilməsi konsepsiyasına
- ☐ istehsalın təkmilləşdirmə konsepsiyasına
- ☐ müasir marketing konsepsiyasına
- ☒ kommersiya söylərinin intensivləşdirilməsi konsepsiyasına
- ☐ sosial-etik marketing konsepsiyasına

532 Marketing kompleksinin elementlərinə aiddir

- ☐ qiymət, bölüşdürmə, həvəsləndirmə və nəzarət
- ☐ məhsul, qiymət, həvəsləndirmə və nəzarət
- ☐ məhsul, qiymət, bölüşdürmə və nəzarət
- ☒ məhsul, qiymət, bölüşdürmə və həvəsləndirmə
- ☐ məhsul, bölüşdürmə, həvəsləndirmə və nəzarət

533 Verilən cavablardan hansında tələb öz əksini tapmışdır

- ☐ spesifik forma alan və ödənilməsi zəruri olan tələbatdır
- ☐ insan ehtiyaclarıdır
- ☐ tələb fərdidir, onun tərfi yoxdur
- ☒ tələb alıcılıq qabiliyyətinə söykənən bazara çıxarılmış tələbatlardır
- ☐ insana lazım olan bütün əşyalardır

534 İstehlakçılarla ünsiyyət üsuluna görə marketin neçə və hansı növlərə bölünür?

- ☐ 3-differensiallaşdırılmış,differensiallaşdırılmamış,təmərküzləşdirilmiş
- ☐ 2-makro və mikro
- ☐ 2-daxili və xarici
- ☒ 2-aktiv və passiv
- ☐ 2-kommersiya və qeyri kommersiya

535 Bazar seqmentlərini əhatə etmə dərəcəsinə görə marketing neçə və hansı növlərə bölünür?

- ☐ 8-konversiya,həvəsləndirici,inkişaf edən,remarketing,sinxromarketing,sabit,demarketing və əks təsirlimarketing
- ☐ 2-makro və mikro
- ☐ 2-daxili və xarici
- ☒ differensiallaşdırılmış,differensiallaşdırılmamış,təmərküzləşdirilmiş
- ☐ 2-kommersiya və qeyri kommersiya

536 Bazarları əhatə etmə dərəcəsinə görə marketing neçə və hansı növlərə bölünür?

- ☐ 8-konversiya,həvəsləndirici,inkişaf edən,remarketing,sinxromarketing,sabit,demarketing və əks təsirli marketing
- ☐ 2-kommersiya və qeyri kommersiya
- ☐ 2-makro və mikro
- ☒ 2-daxili və xarici
- ☐ 3-differensiallaşdırılmış,differensiallaşdırılmamış,təmərküzləşdirilmiş

537 Marketingin formaları hansı əlamətlərə görə təsnifləşdirilir?

- ☐ tələbatı ödənilmə səviyyəsinə görə və istehlakçılarla ünsiyyət üsuluna
- ☐ tətbiq edildiyi sahələrin və ya məhsulun fəaliyyət xarakterinə görə
- ☐ bazarı və milli iqtisadiyyatı əhatə etmə dərəcəsinə görə
- ☒ hamsı uyğundur

- ☐ bazar segmentlərini əhatə etmə dərəcəsinə görə

538 Marketing kateqoriyası kimi tələbat aşağıdakılardan hansını əks etdirir?

- ☐ istehlakçının məhsula münasibətini
☐ alıcının alıcılıq qabiliyyətini
☐ tələbi
☒ ödənilməsi spesifik forma alan ehtiyacı
☐ alıcının arzularını

539 Marketingin prinsipi dedikdə nə başa düşülür?

- ☐ təsərrüfat qərarlarının qəbulu prosesi
☐ marketingin idarə edilməsi formaları
☐ marketingin planlaşdırılması və strategiyasının hazırlanması
☐ istehsalın səmərəli təşkili
☒ marketingin əsasını təşkil edən, mahiyyətini və təyinatını açan müddəalar, tələblər

540 Tələbat:

- ☐ alıcılıq qabiliyyətli tələbatlardır
☐ hər hansı formada olan ehtiyacdır
☐ insanın yaşaması və fəaliyyət göstərməsi üçün nəyinsə çatışmadığını duymasıdır
☒ spesifik forma alan və ödənilməsi zəruri olan ehtiyaclardır
☐ istehlakçının əldə etmək istədiyi, arzuladığı bütün şeylərdir

541 Tələb:

- ☐ spesifik forma alan və ödənilməsi zəruri olan tələbatdır
☐ tələb fərdidir, onun tərfi yoxdur
☐ insana lazım olan bütün əşyalardır
☒ tələb alıcılıq qabiliyyətinə söykənən bazara çıxarılmış tələbatlardır
☐ cəmiyyətin cəmi ehtiyaclarıdır

542 Pablik Rileyşnz:

- ☐ müəssisənin və məhsulun imicini yüksəltmək məqsədi ilə istehlakçılara zəruri məlumatların çatdırılması üzrə həyata keçirilən tədbirlər sistemidir
☐ potensial alıcılarla şəxsi görüş əsasında təbliğat aparmaqla məhsul satışının həyata keçirilməsidir
☐ satıcılarla alıcılar arasında birbaşa münasibətlərin yaradılması məqsədi ilə həyata keçirilməsi tədbirlər sistemidir
☒ müəssisə ilə ictimaiyyət arasında işguzar əlaqələrin və xoş münasibətlərin yaradılmasını təmin edən tədbirlər sistemidir
☐ müəssisənin məhsuluna tələbat formalaşdırmaq və satışın həcmi artırmaq məqsədi ilə həyata keçirilən tədbirlər kompleksidir

543 İctimaiyyətlə əlaqənin əsasını:

- ☐ İctimaiyyətlə əlaqələrin yaxşılaşdırılması məqsədilə kompyuter xidmətlərindən istifadə edilməsi təşkil edir
☐ Məhsul haqqında ictimai reklamların yayılması təşkil edir
☐ Alıcı qrupları ilə görüşlər təşkil edir
☒ Təbliğat təşkil edir
☐ İctimaiyyətə məhsul haqqında kifayət qədər informasiya ötürülməsi təşkil edir

544 İnteraktiv marketingin istehsalçı müəssisələr və satıcılar üçün əhəmiyyət kəsb etdiyi məsələlərə aid deyildir:

- ☐ Alıcılar haqqında daha dolğun məlumatlar əldə etmək imkanı
☐ Satıcıların məhsul çeşidində operativ qaydada dəyişiklik etmək imkanı
☐ Satıcıların öz fəaliyyətlərində sürətlə dəyişiklik etmək imkanı
☒ Bazar tədqiqatlarını həyata keçirmək imkanı

- ☐ Məhsulun qiymətində sürətlə düzəliş etmək imkanı

545 Təbliğat tədbirlərinin həyata keçirilməsi vəzifələrinə aiddir

- ☐ internetdə reklam yerləşdirmək
☐ məhsula tələbat formalaşdırmaq
☐ müəssisənin imicini yüksəltmək
☒ məhsulun xassələri haqqında məlumatlar hazırlayıb mütəxəssislərin müzakirəsinə çıxartmaq
☐ satışın həvəsləndirilməsi tədbirlərini həyata keçirtmək

546 Birbaşa marketing

- ☐ Məhsul satışının birbaşa müəssisənin firma mağazası vasitəsi ilə satışını nəzərdə tutur
☐ Məhsul satışının birbaşa vasitəçilərlə əlaqə yaratmaqla həyata keçirilməsini nəzərdə tutur
☐ Potensial alıcılarla birbaşa şəxsi əlaqələr yaratmaqla məhsul satışının həyata keçirilməsindən ibarətdir
☒ Kommunikasiyanın müxtəlif vasitəçilərləndirilməsinə istifadə etməklə alıcılarla birbaşa əlaqə yaratmaqla məhsul satışının həyata keçirilməsini nəzərdə tutur
☐ Məhsulların vasitəçilərin iştirakı olmadan birbaşa pərakəndə ticarət şəbəkəsinə çatdırılması qaydasında satışını nəzərdə tutur

547 Şəxsi satış həyata keçirən mütəxəssis qruplarına aiddirlər:

- ☐ Məhsul satışının təhlilini və qiymətləndirilməsini həyata keçirən mütəxəssislər
☐ Məhsul tədqiqatını həyata keçirən mütəxəssislər
☐ Məhsul bazarını öyrənən mütəxəssislər
☒ Real istehlakçılarla təkrar müqavilələrin bağlanması ilə məşğul olan mütəxəssislər
☐ Məhsulun satışı üzrə danışıq aparən mütəxəssislər

548 Şəxsi satışın həyata keçirilməsi mərhələlərinə aiddir:

- ☐ Sifarişlərin işlənməsi
☐ Məhsulların satış üçün hazırlanması
☐ Məhsul partiyalarının hazırlanması
☒ Potensial alıcıların aşkar edilməsi
☐ Alıcı auditoriyasının təhlil edilməsi

549 Şəxsi satış həyata keçirən şəxslərə aid deyildir:

- ☐ Satış üzrə mütəxəssislər
☐ Əlaqələndiricilər
☐ Ticarət agentləri
☒ Vasitəçilər
☐ Ticarət məsləhətçiləri

550 Satışın idarə edilməsi formalarına aiddir

- ☐ Satış xidmətinin fərdi qaydada yaradılması
☐ Satış xidmətinin riqiblərə uyğun yaradılması
☐ Satış xidmətinin funksional prinsipləri üzrə yaradılması
☒ Satış xidmətinin ərazi prinsipi üzrə yaradılması
☐ Satış xidmətinin regional prinsipləri üzrə yaradılması

551 Firmalar satış strategiyasını işləyib hazırlayarkən tətbiq etdikləri yanaşma formalarına aid deyildir:

- ☐ Ticarət üzrə seminarların, müşavirələrin keçirilməsi
☐ Ticarət agentli-alıcılar qrupu
☐ Ticarət agentli-alıcı
☒ Alıcılara yönələn yanaşma
☐ Satış qrupu-alıcılar qrupu

552 Satışın idarə edilməsinin təşkili üzrə qəbul edilən qərarlara aid deyildir:

- ☒ Məhsulların qablaşdırılması və anbarlaşdırılması
- ☐ Satıcıların işi üzərində nəzarətin həyata keçirilməsi
- ☐ Ticarət agentlərinin öyrənilməsi
- ☐ Satış heyətinin seçilməsi və işə qəbul edilməsi
- ☐ Ticarət agentlərinin işinin səmərəliliyinin qiymətləndirilməsi

553 Satışın idarə edilməsi:

- ☐ Satış planlarının yerinə yetirilməsinə nəzarət edir
- ☐ Malların daşınmasını və anbarlaşdırılmasını həyata keçirir
- ☐ Satış üzrə müqavilələr bağlanmasını nəzərdə tutur
- ☒ Satış fəaliyyətinin təhlilini, planlaşdırılmasını, təşkilini və ona nəzarətin həyata keçirilməsini nəzərdə tutur
- ☐ Ticarət heyətinin strukturunu müəyyənləşdirir

554 Aktiv təkliflər qaydasında stimullaşdırma təkliflərinə aiddir

- ☐ məhsulların kataloqa salınmasına görə mükafatlandırılma
- ☐ müştəriyə əmək haqqı üsullarının tətbiqi
- ☐ mükafatların verilməsi
- ☒ lotereya oyunlarının keçirilməsi
- ☐ vitrinlərin müsabiqəsi

555 Satışın həvəsləndirilməsinin xüsusi məqsədlərinə aid deyildir

- ☐ daha sərfəli olan malın satışının sürətlənməsi
- ☐ rəqiblərin hərəkətinə qarşı əks tədbirlərin həyata keçirilməsi
- ☐ daha sərfəli olan malın satışının sürətlənməsi
- ☒ reklam kompaniyasına yardımçı olmaq
- ☐ hər hansı məhulun dövriyyə sürətinin artırılması

556 Ticarət vasitəçilərinin həvəsləndirilməsi üsullarına aiddir:

- ☐ Müəyyən miqdar mal alışı zamanı pulsuz əlavə mal verilməsi
- ☐ Qiymət güzəştlərinə məhsul alınmasına hüquq verən kuponların yayılması
- ☐ Malların kreditə verilməsi qaydasında həvəsləndirmə
- ☒ Natural formada güzəştlər
- ☐ Qarışıq malların satışı.

557 Satıcıların stimullaşdırılması məqsədlərinə aid deyildi:

- ☐ Məhsulu reklam etməyə və ona ticarət zalında layiqli yer verməyə satıcıları sövq etmək
- ☐ Yeni məhsulu çeşidə daxil etmək
- ☐ Süst və ehtinasız satıcıları aktiv satıcılara çevirmək
- ☒ Məhsula tələbat formalaşdırmaq
- ☐ Müştərilərin sayını artırmaq

558 Stimullaşdırmanın əsas növü hesab olunmur

- ☐ Ticarət heyətinin stimullaşdırılması
- ☐ Vasitəçilərin stimullaşdırılması
- ☐ İstehlakçıların stimullaşdırılması
- ☒ Tamaşaçıların stimullaşdırılması
- ☐ Satıcıların stimullaşdırılması

559 Mal alışıının mükafatlandırılmasına yönəldilmiş qısa müddətli tədbirlərə aiddir:

- ☐ Birbaşa marketinq

- ☐ Şəxsi satış
- ☐ Sponsorluq
- ☒ Satışın stimullaşdırılması
- ☐ Pablik Rileyşnz

560 Satışın stimullaşdırılması proqramında əks olunan məsələlərə aid deyildir

- ☐ Planlaşdırılan tədbirlərin həyata keçirilməsi
- ☐ Fəaliyyət proqramının hazırlanması
- ☐ Qarşıdan gələn il üçün məqsədlərin müəyyənləşdirilməsi
- ☒ İcraçıların seçilməsi
- ☐ Bütçə

561 İstehlakçıların həvəsləndirilməsi zamanı nümunələrin yayılmasını əsas metodlarına aid deyildir:

- ☐ Pərakəndə ticarət mağazalarında satıcılar tərəfindən mal alışı zamanı alıcılara nümunələrin paylanması
- ☐ Məhsul nümunələrinin poçtla göndərilməsi
- ☐ Malların evlərə çatdırılması
- ☒ Reklamdan istifadə etməklə nümunələrin istehlakçılara çatdırılması
- ☐ KİV-dən istifadə etməklə nümunələrin məqsədyönlü yayılması

562 İstehlakçıların natural qaydada həvəsləndirilməsində verilən birbaşa mükafatlara aid deyildir:

- ☐ Sonradan ödənilən mükafatlar
- ☐ Malın özündə həkk olunan mükafatlar
- ☐ İstehlakçıya mal alışı zamanı təqdim olunan mükafatlar
- ☒ Xırda məhsul partiyasına şamil edilən mükafatlar
- ☐ Ticarət müəssisəni cəlb etməkli birbaşağ mükafatlar

563 İstehlakçıların natural qaydada həvəsləndirilməsi formalarına aiddir:

- ☐ Xüsusi göstəricilərə görə mükafatlar verilir
- ☐ Güzəştlərin təxirə salınmaqla əldə edilməsini nəzərdə tutan qiymət azaldılması
- ☐ Qiymət güzəştlərilə məhsul alınmasına hüquq verən kuponların yayılması
- ☒ Nümunələrin verilməsi.
- ☐ Mükafatların kataloqları tutulur

564 İstehlakçıların həvəsləndirilməsi üsullarına aiddir:

- ☐ Daimi müştərinin kartı
- ☒ Xüsusi qiymətlər və yaxud xırda topdansatış
- ☐ Müsəbiqələrin keçirilməsi.
- ☐ Nümunələrin paylanması
- ☐ Xüsusi göstəricilərə görə mükafatların verilməsi

565 İstehlakçıların stimullaşdırılmasının əsas məqsədi:

- ☐ Məhsulu almağa istehlakçıların inandırmaqdır
- ☐ Məhsulun imicini yüksəltməkdir
- ☐ Məhsula tələbat formalaşdırmaqdır
- ☒ Satışın həcmi qısa müddət ərzində artırmaqdır
- ☐ Məhsulu çeşidə daxil etməkdir

566 Satıcıların həvəsləndirilməsi üsullarınaaiddir:

- ☐ Kreditlə mal satışı
- ☐ Qarışıq malların satışı
- ☐ Qiymətlərin birbaşa azaldılması
- ☒ Göstəricilərin artıqlaması ilə yerinə yetirilməsinə görə mükafatlandırma

- ☐ «Sirli müştəri» əməliyyatı

567 Ticarət vasitəçilərinin həvəsləndirilməsi üsullarına aiddir:

- ☐ Qiymətin birbaşa azaldılması
☐ Xüsusi qiymətlər və yaxud xırda topdansatış
☐ Satıcıların turizm səyahətinə göndərilməsi
☒ Sirli müştəri əməliyyatı
☐ Müəyyən miqdar mal alışı zamanı pulsuz ələfə mal verilməsi

568 Satıcıların stimullaşdırılması məqsədlərinə aid deyildir

- ☐ məhsulun imicini yüksəltmək
☐ süst alıcıları aktiv alıcılara çevirmək
☐ yeni məhsulu reklam etmək
☒ il ərzində mövcud bayramlardan faydalanmaq
☐ müştərilərin sayını artırmaq

569 Satışın həvəsləndirilməsinin əsas növlərinə aid deyildir

- ☐ satıcıların həvəsləndirilməsi
☐ istehlakçıların həvəsləndirilməsi
☐ vasitələrin həvəsləndirilməsi
☒ rəqiblərin həvəsləndirilməsi
☐ ticarət heyətinin həvəsləndirilməsi

570 Satışın həvəsləndirilməsinin fərdi məqsədlərinə aid deyildir:

- ☐ Reklam kompaniyasına yardımşı olmaq
☐ Həyata keçirilən dövlət tədbirlərindən faydalanmaq
☐ İl ərzində mövcud bayramlardan faydalanmaq
☒ Alıcıların sayının çoxaldılması
☐ Ayrı ayrı münasib imkanlardan istifadə etmək

571 Satışın həvəsləndirilməsi prosesinin vəzifələrinə aid deyildir

- ☐ Nəticənin qiymətləndirilməsi
☐ Satışın həvəsləndirilməsi proqramının işlənilib hazırlanması
☐ Satışın həvəsləndirilməsi xərclərinin hesablanması
☒ Satışın həvəsləndirilməsinin məqsədlərinin müəyyənləşdirilməsi
☐ Satışın həvəsləndirilməsi proqramının həyata keçirilməsi

572 Satışın həvəsləndirilməsinin sürətli inkişafını təmin edən amillərə aid deyildir

- ☐ Satıcıların istehsalçılardan daha böyük güzəştlər əldə etmək istəmələri
☐ İstehlakçıların rəqiblərin oxşar məhsullarını seçməkdə çətinlik çəkmələri
☐ Satışın həcmnin artırılmasında stimullaşdırmanın rolunun yüksək qiymətləndirilməsi
☒ İstehsalçıların yüksək mənfəət əldə etməyə çalışmaları
☐ Reklam tədbirlərinin effektivliyinin azalmağa doğru meyl etməsi

573 Marketingin kommunikasiya sistemində satışın həvəsləndirilməsi:

- ☐ Məhsulun imicinin yüksəldilməsinə xidmət göstərir
☐ Məhsulun istehlak xüsusiyyətlərinin istehlakçılara çatdırılmasını təmin edir
☐ Məhsula tələbat formalaşdırır
☒ Məhsul satışının stimullaşdırılması üzrə tədbirlərin həyata keçirilməsini nəzərdə tutur
☐ Məhsul haqqında istehlakçılarda müsbət fikir formalaşdır

574 Bu məhsulun həyat dövrünün inkişaf mərhələsində tətbiq olunan strategiyalardan biridir

- ☐ yüksək keyfiyyətin təmin edilməsi
- ☐ xərclərin azaldılması
- ☐ məhsulun differensiallaşdırılması
- ☒ gələcək artım
- ☐ satışın həcmnin artırılması

575 Yada salma xarakterli reklamın əsas məqsədi:

- ☐ Firmanın məhsuluna, markasına üstünlük verilməsini təmin etməkdir
- ☐ Firmanın markasına bağlılıq yaratmaqdır
- ☐ Məhsula tələbat formalaşdırmaqdır
- ☒ Məhsulun bu və ya digər parametrlərini istehlakçıların yadına salmaqdır
- ☐ Firmanın markasına bağlılıq yaratmaqdır

576 Məhsulun həyat dövrünün inkişaf mərhələsində reklamın bu növü daha məqsədəuyğundur

- ☐ Stimullaşdırıcı reklam
- ☐ İnformasiya xarakterli reklam
- ☐ Yada salma xarakterli reklam
- ☒ İnandırma və tövsiyə xarakterli reklam
- ☐ İmic reklamı

577 Marketing kommunikasiyasının bu forması ən yüksək kommunikasiya imkanlarına malikdir:

- ☐ sərgilər və yarmarkalar
- ☐ ictimaiyyətə əlaqə
- ☐ şəxsi (fərdi) satış
- ☒ reklam
- ☐ birbaşa satış

578 İstehsalçı bu halda reklamdan istifadə etməyə bilər:

- ☐ tərəddüd edən tələbdə
- ☐ mənfi tələbdə
- ☐ azalan tələbdə
- ☒ hədsiz dərəcədə çox tələbdə
- ☐ sabit tələbdə

579 Reklamın məqsədlərinə aid deyildir

- ☐ Məhsul haqqında istehlakçılarda bilik formalaşdırmaq
- ☒ Cəmiyyətdə firmaya xoş münasibət formalaşdırmaq
- ☐ Müəssisənin imicini yüksəltmək
- ☐ Məhsula tələbat formalaşdırmaq
- ☐ Məhsul satışını stimullaşdırmaq

580 Reklamın mahiyyətini daha dolğun əks etdirir:

- ☐ Məhsulun istehlak xüsusiyyətləri barədə istehlakçılara məlumat çatdırmaq
- ☐ Məhsul satışını stimullaşdırmaq
- ☐ Məqsədli auditoriyaya zəruri məlumatlar ötürmək
- ☒ İstehlakçılarda məhsula tələbat formalaşdırmaq, firmaların imicini yüksəltmək, məhsul satışını artırmaq
- ☐ Məhsul haqqında istehlakçılarda təsəvvür yaratmaq

581 Bu və ya digər stimullaşdırma tədbirlərinin seçilməsinə təsir edən amillərə aiddir

- ☐ Məhsulun qiyməti
- ☐ Mövqeləşdirmə
- ☒ Bazarın və ya məhsulun tipi

- ☐ Marketingin idarəetmə strukturu
- ☐ Planlaşdırma

582 Əmtəənin irəlilədilməsinin ümumi büdcəsinin hesablanması metodlarına aid deyildir

- ☒ Qarşıya qoyulan məqsəd və vəzifələrdən asılı olaraq hesablama metodu
- ☐ Mövcud vəsaitlərdən hesablama metodu
- ☐ Satışın həcminə nisbətən faizlə hesablama metodu
- ☐ Rəqiblərə əsaslanan hesablama metodu
- ☐ Sistemli yanaşma metodu

583 Əmtəənin irəlilədilməsinin ümumi büdcəsinin hesablanması metodlarına aiddir

- ☒ Mövcud vəsaitlərdən hesablama metodu
- ☐ Sistemli yanaşma metodu
- ☐ İqtisadi – statistik metod
- ☐ Xətti proqramlaşdırma metodu
- ☐ İqtisadi - riyazi metod

584 Marketingin kommunikasiya sisteminin elementi deyildir

- ☐ Satışın həvəsləndirilməsi
- ☐ Satışın təşkili
- ☐ Reklam
- ☐ İctimaiyyətlə əlaqə
- ☒ Şəxsi satış

585 Marketing kommunikasiya sistemi

- ☐ Müəssisənin imicini yüksəltməkdir
- ☐ Məhsul çeşidini təkmilləşdirmək, yeni məhsul yaratmaqdır
- ☒ Məhsula tələbat formalaşdırmaq, onun satışını stimullaşdırmaq üzrə həyata keçirilən tədbirlər kompleksidir
- ☐ Subyektlər arasındakı əlaqəni xarakterizə edir
- ☐ Bazarın və istehlakçıların tələbatını aşkar etmək, öyrənməkdir

586 Kommunikasiya prosesində yerinə yetirilən vəzifələrə aiddir

- ☐ Satışın təşkili və idarə edilməsi
- ☒ Məqsədli auditoriyanın müəyyənləşdirilməsi
- ☐ Mövqeləşdirmə
- ☐ Yarmarkaların təşkili
- ☐ Reklam fəaliyyətinin planlaşdırılması

587 İrəlilədilmə üzrə stimullaşdırma kompleksinə aid deyildir

- ☐ Birbaşa marketing
- ☐ Satışın həvəsləndirilməsi
- ☒ Daxili əlaqələr sistemi
- ☐ Sərgilər
- ☐ İctimaiyyətlə əlaqə

588 İrəlilədilmə üzrə stimullaşdırma kompleksinə aid deyildir

- ☐ Satışın həvəsləndirilməsi
- ☐ Reklam
- ☐ Birbaşa marketing
- ☐ İctimaiyyətlə əlaqə
- ☒ Məhsul satışı

589 İrəlilədilmə üzrə stimullaşdırma kompleksinə aiddir

- ☐ Satışın idarə edilməsi
- ☒ Birbaşa marketing
- ☐ Məlumatların hazırlanması
- ☐ İnformasiya yayım vasitələrinin seçilməsi
- ☐ Bazarın tədqiqi

590 İrəlilədilmə üzrə stimullaşdırma kompleksinə aiddir

- ☐ Satışın proqnozlaşdırılması
- ☐ Differensiallaşdırma
- ☒ Şəxsi satış
- ☐ Əks əlaqələr sisteminin yaradılması
- ☐ Qiymətqoyma

591 Kommunikasiya əlaqələri sisteminə aiddir

- ☐ Kütləvi informasiya vasitələri
- ☒ Əks əlaqələr sisteminin yaradılması
- ☐ İnternet
- ☐ Birbaşa marketing
- ☐ Sərgilər

592 Marketing kommunikasiyası kompleksinin elementlərinə aid deyildir?

- ☐ Birbaşa marketing
- ☐ Reklam
- ☒ məhsulun differensiallaşması
- ☐ daxili əlaqələr sistemi
- ☐ Yarmarkalar

593 F.Kotlerin fikrincə auditoriyanın cavab reaksiyasının formalaşması modelidir

- ☐ alıcılara istiqamətlənən model
- ☒ kommunikasiya modeli
- ☐ marağın formalaşması modeli
- ☐ nəticənin qiymətləndirilməsi modeli
- ☐ biliklərin formalaşması modeli

594 Proqnoz növü deyildir:

- ☐ ekspert
- ☐ axtarış
- ☐ xalq təsərrüfatı
- ☒ iqtisadi sistemin ilkin həlqəsi
- ☐ normativ

595 Təqdim olunan variantdan elə tip proqnoz seçin ki vaxtı qabaqlamaq üzrə təsnifata uyğun olsun

- ☐ stoxastik
- ☐ demoqrafik proqnozlar
- ☐ struktur proqnozlar
- ☒ operativ proqnozlar
- ☐ diskret

596 ETT-nin inkişafı və onun nəticələrini hansı təsnifləşdirici əlamət aşkar edir?

- ☐ cavablar düzdür

- ☐ detemrminatlaşdırma dərəcəsi
- ☐ funksional əlamət
- ☒ tədqiq olunan obektin xarakteri
- ☐ vaxt üfiqi

597 Gələcəkdə arzu olunan nəticəyə nail olmaq üçün proqnozun hansı növü istifadə olunur

- ☐ makroiqtisadi
- ☐ axtarış
- ☐ struktur
- ☒ normativ
- ☐ uzun müddətli

598 Proqnozlaşdırmanın hansı mərhələsində, proqnozlaşdırılan obektin gələcək inkişaf proqnozu tərtib olunur, proqnozların xüsusiyyəti və ya dəqiqliyi və etibarlılığı qiymətləndirilir:

- ☐ bütün mərhələlərdə
- ☐ prospeksiya
- ☐ retrospektiv
- ☒ diaqnoz
- ☐ diaqnoz və prospeksiya

599 Aşağıdakılardan hansı iqtisadi proqnozlaşdırma obyektidir?

- ☐ Xalq təsərrüfatı bədinamikası
- ☐ Təbii resurslardan istifadə
- ☐ Xarici iqtisadi əlaqələr
- ☒ müxtəlifliyi ilə birlikdə geniş təkrar istehsal nəzəriyyəsi
- ☐ ətraf mühitin vəziyyəti

600 Zaman əlamətinə görə proqnoz növünü seçin

- ☐ cavablar düzdür
- ☐ axtarış
- ☐ normativ
- ☒ operativ
- ☐ determinantlaşdırılmış

601 Hansı təsnifləşdirmə variantı proqnoz miqyasına uyğundur?

- ☐ bütün cavablar düzdür
- ☐ Axtarış proqnozları
- ☐ ETT-nin inkişaf proqnozu
- ☒ Sahə və regional proqnozlar
- ☐ stoxastik

602 Proqnozlaşdırma prinsiplərinə aid deyildir:

- ☐ sistemlik prinsipi
- ☐ adekvatlılıq prinsipi
- ☐ siyasətlə iqtisadiyyatın vahidliyi prinsipi
- ☒ determinant prinsipi
- ☐ elmi əsaslandırma prinsipi

603 Aşağıda verilənlərdən hansı proqnoz növünə aid deyildir

- ☐ bütün cavablar səhvdir
- ☐ sahə proqnozu
- ☐ makroiqtisadi proqnoz

- ☒ hamısı aiddir
- ☐ iqtisadi sistemin ilkin həlqələrinin proqnozu

604 Öncədən görmənin hansı forması daha dəqiqdir?

- ☐ Öncədən görmənin bütün formaları tam dəqiq deyildir
- ☐ Proqnoz
- ☐ Hipoteza
- ☒ Plan
- ☐ Öncədən görmənin bütün formaları tam dəqiqdir

605 Aşağıda qeyd olunan hansı sənəd proqnozlaşmanın müvafiq ssenarisinin yazılması üçün nümunə ola bilər:

- ☐ əmək haqqında hesabat
- ☐ mənfəət haqqında hesabat
- ☐ vəzifə təlimatı
- ☒ Biznes plan
- ☐ maliyyə hesabının təhlili

606 Proqnozlaşdırmanın hansı növü qələcəkdə arzu olunan məqsədə çatmağın yolunun müəyyənləşdirilməsinə imkan verir:

- ☐ retrospektiv
- ☐ axtarış
- ☐ perspektiv
- ☒ normativ
- ☐ operativ təqvim

607 Hədəf bazarı:

- ☐ istehsal təyinatlı məhsullar bazarıdır
- ☐ imkanlılar bazarıdır
- ☐ səriştəli imkanlılar bazarıdır
- ☒ müəssisənin fəaliyyət göstərdiyi bazarıdır
- ☐ bütün məhsullar bazarıdır

608 Bu, bazarların seqmentləşdirilməsinə olan tələblərə aid deyil:

- ☐ seqmentlərin sərhədlərinin kəsişən olmaması
- ☐ seqmentin təsvir edilə bilən olması
- ☐ seqmentinin tutumunun böyük olmasının zəruriliyi
- ☒ SWOT-analizdən istifadə edilməsinin zəruriliyi
- ☐ seqmentin kəmiyyət xarakteristikalarının qiymətləndirə bilən olması

609 Bazarların seqmentləşdirilməsi:

- ☐ istehlakçıların müəssisənin yerləşdiyi əraziyə görə qruplara bölünməsidir
- ☐ istehlakçıların marketingin mahiyyətinə yanaşmasına görə qruplara bölünməsidir
- ☐ məhsulların istehsal texnologiyasına görə qruplara bölünməsidir
- ☒ istehlakçıların oxşar əlamətlərə görə müəyyən qruplara bölünməsidir
- ☐ istehlakçıların müəssisənin tətbiq etdiyi texnologiyaya görə qruplara bölünməsidir

610 Son istehlakçıların alış motivi və motivasiyası istehlakçıların davranışına təsir edən bu amillər qrupuna aiddir

- ☐ istehlakçıların həyat səviyyəsinə
- ☐ mədəniyyət amillər qrupuna
- ☐ istehlakçıların sosial statusuna

- ☒ psixoloji amillər qrupuna
- ☐ son istehlakçıların həyat stilinə

611 İstehlakçı davranışı ilə bağlı şəxsi amillərə aiddir:

- ☐ Dini qrupa bağlılıq
- ☐ Təhsil səviyyəsi
- ☐ Stimul, motivlər
- ☒ İstehlak intensivliyi
- ☐ İctimai sinfə məxsusluq

612 Münasibət istehlakçıların davranışına təsi edən bu amillər qrupuna aiddir

- ☐ istehlakçıların həyat səviyyəsinə
- ☐ son istehlakçıların həyat stilinə
- ☐ istehlakçıların sosial statusuna
- ☒ psixoloji amillər qrupuna
- ☐ mədəniyyət amillər qrupuna

613 İstehlakçı davranışı məhfumu bunu ifadə edir:

- ☐ istehlakçıların sosial-iqtisadi vəziyyətini və mədəni səviyyəsini
- ☐ istehlakçıların tələbatlarını və alıcılıq qabiliyyətini
- ☐ istehlakçıların məhsula və onun qiymətinə münasibətini
- ☒ məhsulun seçilməsi və alınması prosesində istehlakçıların etdikləri hərəkətlərin məcmusunu
- ☐ istehlakçıların həyat səviyyəsini və həyat tərzini

614 Marketing tədqiqatlarında reqressiya təhlilindən:

- ☐ Rəqiblərin müəssisənin həyata keçirdiyi marketing tədbirlərinə mümkün ola biləcək reaksiyalarının öyrənilməsi zamanı istifadə edilir.
- ☐ Bazarda formalaşan şəraiti bütün tərəflərdən öyrənən zaman
- ☐ real marketing şəraitinin aydınlaşdırılması zamanı
- ☒ nəticə amili ilə sərbəst amillər arasında asılılığın analitik ifadəsini müəyyənləşdirən zaman
- ☐ istehlakçıların müəssisənin məhsullarına loyallığının müəyyənləşdirən zaman

615 Marketing tədqiqatlarının obyekt kimi əsas obyekt kimi nə çıxış edir?

- ☐ müştərilər
- ☐ istehsalçılar
- ☐ istehlakçılar
- ☒ bazar
- ☐ rəqiblər

616 Marketing tədqiqatları dedikdə nə başa düşülür?

- ☐ marketing tədqiqatlarının maliyyələşdirilməsini təmin edir.
- ☐ istehsal prosesinin tələb olunan standartlara uyğun gedişinin təmin edilməsinə, istehsal planına uyğun çeşiddə və keyfiyyətdə məhsul buraxılışına görə məsuliyyət daşıyır.
- ☐ hansı bir məhsula tələbatı və onu ödəmək imkanı olan istehlakçıların və bu tələbatın ödənilməsi üçün məhsullar təklif edən istehsalçıların məcmusudur.
- ☒ marketing fəaliyyətinin həyata keçirilməsinə dair qərarların qəbul edilməsinə dair informasiyanın toplanması, işlənməsi, təhlil edilməsi, şümullaşdırılması və tövsiyələr hazırlanması başa düşülür
- ☐ bu istehsalı zəruri çeşiddə və ölçüdə material resursları, avadanlıq və texnika ilə təmin etməklə istehsalın ahəngdarlığını və fasiləsizliyini təmin edir

617 Marketing informasiyasının təhlili sisteminə daxildir:

- ☐ xarici hesabat alt sistemi
- ☐ marketing informasiya sistemi

- ☐ məlumatlar bazası
- ☒ modellər və metodlar bankı
- ☐ daxili hesabat alt sistemi

618 Marketing tədqiqatlarında istifadə olunan başqa bilik sahələrindən mənimsənilmiş metodlara aid edilir:

- ☐ işgüzar oyunlar
- ☐ kütləvi xidmət nəzəriyyəsi
- ☐ sistemli təhlil metodu
- ☒ psixoloji metodlar
- ☐ əks əlaqə metodu

619 Sorğular vasitəsilə bazarın tədqiqi hansı tədqiq növünə aiddir?

- ☐ təkrar tədqiqat
- ☐ kabinetdən kəna tədqiqat
- ☐ kabinet tədqiqatı
- ☒ ərazidə tədqiqat
- ☐ ilkin tədqiqat

620 Məlumat kitabçası vasitəsilə bazarın tədqiqi hansı tədqiq növünə aiddir?

- ☐ kabinetdən kəna tədqiqat
- ☐ təkrar tədqiqat
- ☐ ilkin tədqiqat
- ☐ ərazidə tədqiqat
- ☒ kabinet tədqiqatı

621 Təkrar marketing informasiyaları:

- ☐ Bazarın təkrar tədqiqi nəticəsində əldə edilən informasiyalardır
- ☐ Respondentlərdən təkrar sorğu yolu ilə əldə edilən informasiyalardır
- ☐ Panellərin təkrar təbiiq yolu ilə əldə edilən informasiyalardır
- ☒ Marketing tədqiqatlarının məqsədlərindən fərqli məqsədlər üçün əvvəllər toplanılmış və nəşr edilmiş informasiyalardır
- ☐ Ekspertlərdən təkrar sorğu yolu ilə əldə edilən informasiyalardır

622 İstehlakçının iqtisadi xarakteristikası:

- ☐ həm ilkin, həm də sindikativ informasiyadır
- ☐ sindikativ informasiyadır
- ☐ təkrar informasiyadır
- ☒ ilkin informasiyadır
- ☐ həm ilkin, həm də təkrar informasiyadır

623 İstehlakçının psixoloji xarakteristikası:

- ☐ həm ilkin, həm də sindikativ informasiyadır
- ☐ sindikativ informasiyadır
- ☐ təkrar informasiyadır
- ☒ ilkin informasiyadır
- ☐ həm ilkin, həm də təkrar informasiyadır

624 İstehlakçının həyat stilinə aid olan informasiya:

- ☐ həm ilkin, həm də sindikativ informasiyadır
- ☐ sindikativ informasiyadır
- ☐ təkrar informasiyadır
- ☒ ilkin informasiyadır

- ☐ həm ilkin, həm də təkrar informasiyadır

625 İstehlakçıların istəklərinə və davranışlarına dair olan informasiyalar

- ☐ həm ilkin, həm də sindikativ informasiyadır
☐ sindikativ informasiyadır
☐ təkrar informasiyadır
☒ ilkin informasiyadır
☐ həm ilkin, həm də təkrar informasiyadır

626 İstehlakçıların baxışlarına dair olan informasiya:

- ☐ həm ilkin, həm də sindikativ informasiyadır
☐ sindikativ informasiyadır
☐ təkrar informasiyadır
☒ ilkin informasiyadır
☐ həm ilkin, həm də təkrar informasiyadır

627 İlkin informasiyanın üstünlüyü:

- ☐ müəssisə daxilində asan saxlanılması ilə bağlıdır
☐ dəfələrlə istifadəyə yararlı olması ilə bağlıdır
☐ asan və ucuz əldə edilməsi ilə bağlıdır
☒ tədqiqatın məqsədinə tam uyğun olması ilə bağlıdır
☐ çevrilməsinə ehtiyac olması ilə bağlıdır

628 İlkin marketing informasiyası:

- ☐ Marketing informasiya sistemindən ilk əldə edilən informasiyalardır
☐ Kommersiya ədəbiyyatlarından ilk dəfə toplanan informasiyalardır
☐ Dövlət Statistika Komitəsinin statistik məcumlərindən ilk dəfə toplanılan informasiyalardır
☒ Tədqiqatın məqsədinə uyğun olaraq ilk dəfə toplanılan
☐ Konfrans materiallarındaq ilk dəfə toplanılan informasiyalardır

629 Marketing tədqiqatlarında istifadə edilən ümumelmi metodlara aiddir:

- ☐ Ekspert qiymətləndirmələri
☐ Funksional dəyər metodu
☐ Kütləvi xidmət nəzəriyyəsi
☒ Geniş təkrar istehsal yanaşma
☐ Xətti proqramlaşdırma

630 Marketing tədqiqatlarında istifadə edilən ümum elmi – tədqiqat metodlarına aiddir:

- ☐ Ekspert qiymətləndirmələri
☐ Funksional dəyər metodu
☐ Kütləvi xidmət nəzəriyyəsi
☒ Proses yanaşma
☐ Xətti proqramlaşdırma

631 Nəticə amilinin səbəb amilindən asılılıq səviyyəsini (dərəcəsini) müəyyənləşdirmək üçün bu təhlil metodundan istifadə edilir:

- ☐ qruplaşdırmadan
☐ kompleks təhlilindən
☐ sistemli təhlildən
☒ reqressiya təhlilindən
☐ variasiya təhlilindən

632 Rəqiblərin tədqiqi prosesində təhlil edilir:

- ☐ marketingin makromühiti mühiti
- ☐ məhsulun qiymətinin elastikliyi
- ☐ bazarın məhsul strukturu
- ☒ strategiyaları
- ☐ bazarın firma strukturu

633 İnsanların həyat tərzində baş verən dəyişikliklərin öyrənilməsi bu tədqiqat tipinə aiddir:

- ☐ intuitiv öncəgörmələrlə bağlı tədqiqatlara
- ☐ kauzal tədqiqatlara
- ☐ kəşfiyyat tədqiqatlarına
- ☒ təsviri tədqiqatlara
- ☐ gözlənilməz dəyişikliklərlə bağlı tədqiqatlara

634 Satıcılar bazarında bu müəssisələrin rəqabəti mövcudur

- ☐ yalnız satıcı müəssisələrin
- ☐ yalnız inhisarçı müəssisələrin
- ☐ yalnız dövlət müəssisələrinin
- ☒ yalnız alıcı müəssisələrin
- ☐ yalnız özəl müəssisələrin

635 Alıcılar bazarında

- ☐ təklif və tələbin həcmi qeyri stabildir
- ☐ təklifin həcmi tələbin həcmindən azdır
- ☐ təklifin həcmi tələbin həcminə bərabərdir
- ☒ təklifin həcmi tələbin həcmindən çoxdur
- ☐ təklif və tələbin həcmi stabildir

636 Marketing tədqiqatlarının aparılmasının zəruriliyi bu amillə əlaqədardır:

- ☐ bazarda rəqiblərin mövcudluğu
- ☐ marketing konsepsiyasının tətbiqi
- ☐ ölkə iqtisadiyyatının inkişafı
- ☒ qeyri müəyyənlik səviyyəsinin azaldılması
- ☐ müəssisənin fəaliyyətinin planlaşdırılması

637 Verilənlərdən hansı makro mühitin demoqrafik amillərinə aiddir

- ☐ dövlət aparatı
- ☐ valyuta məhdudiyyətləri
- ☐ siyasi sabillik
- ☒ ailələrin sayı
- ☐ xaricdən məhsul alınmasına münasibət

638 Dövlət tərəfindən fundamental tədqiqatlara ayrılan vəsaitlər müəssisələrin innovasiyalı inkişafını sürətləndirmişdir. Bu, marketing mühitinin aşağıda qeyd edilən amili hesabına baş vermişdir:

- ☐ siyasi – hüquqi amilləri
- ☐ iqtisadi amilləri
- ☐ sosial amilləri
- ☒ demoqrafik amilləri
- ☐ elmi – texniki amilləri

639 Əhalinin sayında baş verən artım müəssisənin hədəf bazarının tutumunun 1,5 dəfə artımına səbəb olmuşdur. Bu, marketing mühitinin aşağıda qeyd edilən amili hesabına baş vermişdir:

- ☐ demoqrafik amil
- ☐ qiymət amili
- ☐ iqtisadi amil
- ☒ mədəni amil
- ☐ məhsulların satışı və reklamı

640 Bu kontakt auditoriyasına aiddir:

- ☐ vasitəçilər
- ☐ müştərilər
- ☐ məhsulgöndərənlər
- ☒ KİV-lər
- ☐ rəqiblər

641 Marketingin mikromühitinin tədqiqi zamanı bu amillər öyrənilir:

- ☐ siyasi-hüquqi amillər
- ☐ sosial amillər
- ☐ iqtisadi amil
- ☒ kontak auditoriyası
- ☐ demoqrafik amillər

642 Bu amillər marketingin makro mühitinə aiddir:

- ☐ referent qruplar
- ☐ əhalinin gəlirlərinin səiyyəsi
- ☐ əhalinin sayı, doğulan və ölənlərin sayı
- ☒ ölkənin təsərrüfat tipi
- ☐ həyat səiyyəsi

643 Müəssisə tərəfindən müəyyən edilən və idarə edilən amillər

- ☐ demoqrafik və iqtisadi amillərdir
- ☐ müxtəlif xalqlar tərəfindən qəbul edilmiş mədəniyyət amilləridir
- ☐ siyasi-hüquqi mühit amilləridir
- ☒ siyasi-hüquqi mühit amilləridir, bəndi isrisna olmaqla hamısı
- ☐ nəzarət edilən ətraf mühit amilləridir

644 Nəzarət edilə bilən ətraf mühit amilləri

- ☐ müəssisdən kənar mikromühit amilləridir
- ☐ məhsulgöndərənlər, istehlakçıların tələbatını müəyyən edən amillərdir
- ☐ siyasi, hüquqi və mədəni mühit amilləridir
- ☒ müəssisə tərəfindən müəyyən edilən və idarə edilən amillərdir
- ☐ makro və mikromühit amilləridir

645 Marketingin makromühitinə aid deyil

- ☐ mədəni mühit amilləri
- ☐ coğrafi amillər
- ☐ sosial iqtisadi amillər
- ☒ məhsulgöndərənlər
- ☐ təbii mühit amilləri

646 Bu amillər marketingin makro mühitinə aiddir:

- ☐ hər nəfərə düşən milli gəlirin həcmi
- ☐ iqtisadiyyatın inkişaf tempi
- ☐ əhalinin sayı, doğulan və ölənlərin sayı

- ☒ istehlakçının statusu
- ☐ ümumi daxili məhsulun həcmi

647 Satış söylərinin gücləndirilməsini əsas hesab edən konsespiya:

- ☐ Modernləşdirmə konsespiyasıdır
- ☐ Sosial etik marketing konsespiyası
- ☐ Fərdi marketing konsespiyasıdır
- ☒ Satış konsespiyasıdır
- ☐ Marketing konsespiyasıdır

648 Məhsulun təkmilləşdirilməsini əsas hesab edən konsespiya:

- ☐ Satış konsespiyasıdır
- ☐ Marketing konsespiyasıdır
- ☐ Fərdi marketing konsespiyasıdır
- ☒ Sosial etik marketing konsespiyası
- ☐ Modernləşdirmə konsespiyasıdır

649 Alıcıların ehtiyaclarının ödənilməsini əsas hesab edən konsespiya:

- ☐ Fərdi marketing konsespiyasıdır
- ☐ Sosial etik marketing konsespiyası
- ☐ İstehsalın təkmilləşdirilməsi konsespiyasıdır
- ☐ Məhsulun təkmilləşdirilməsi konsespiyasıdır
- ☒ Marketing konsespiyasıdır

650 Doydurulmayan tələbatlara aiddir

- ☐ ilkin tələbatlar
- ☒ təbii tələbatlar
- ☐ qazanılmış tələbatlar
- ☐ yalançı tələbatlar
- ☐ həqiqi tələbatlar

651 Marketingin elmi–nəzəri əsasını təşkil edir:

- ☐ nisbi üstünlüklər nəzəriyyəsi
- ☐ təcrübə effekti qanunu
- ☐ dəyər qnunu
- ☒ azad və rəqabətli mübadilə qanunu
- ☐ mütləq üstünlüklər qanunu

652 Ekstrapolyasiya metodlarına aid deyil:

- ☐ bütün cavablar düzdür
- ☐ eksponinsial hamaralama metodu
- ☐ ən kiçik kvadratlar metodu
- ☒ ekspertin rəyi
- ☐ sürüşkən orta kəmiyyətlər metodu

653 Dövlət səviyyəsində həyata keçirilən proqnozların əsas prinsipidir:

- ☐ rəqabət qabiliyyətlilik
- ☐ prioritetlik
- ☐ maliyyə resursu təminatı
- ☒ sistemlilik
- ☐ qənaətlilik

654 Ekstrapolyasiya metodlarına aiddir:

- ☐ bütün cavablar düzgün deyil
- ☐ eksponensial hamaralama metodu
- ☐ ən kiçik kvadratlar metodu
- ☒ bütün cavablar düzgündür
- ☐ sürüşkən orta kəmiyyətlər metodu

655 Makroiqtisadi proqnozun predmetidir:

- ☐ sahəvi proqnostika
- ☐ ümumi nəzəriyyə səviyyəsində elmi uzaqgörmə
- ☐ tətbiqi elmi proqnostika fənni və onun tərkib hissəsi olan iqtisadi proqnostika
- ☒ Gələcəkdə iqtisadi obyektlərin mümkün fəaliyyətinin dərk edilməsi iqtisadi proqnozların işlənməsi üsulları və qanunauyğunluqlarının tədqiqi
- ☐ müəyyən məqsədlərin dəqiq qoyuluşu və tədqiq olunan hadisələrin konkret tərəflərinin görünməsi

656 Funksional əlamətinə görə proqnozlar aşağıdakı tiplərə bölünür:

- ☐ ayrı-ayrı müəssisələrin inkişafının habelə ayrı-ayrı məhsulların proqnozları
- ☐ əhalinin həyat səviyyəsinin proqnozu
- ☐ struktur proqnozu
- ☒ axtarış proqnozu
- ☐ qısa müddətli proqnoz

657 Proqnozlaşdırmanın elmi əsaslandırma prinsipinə nə aiddir?

- ☐ Proqnozların formalaşmasında daxili təcrübənin nəaliyyətlərindən istifadə olunması
- ☐ elmi alətlərdən istifadə
- ☐ obektiv iqtisadi qanunların və səmiiyyətimn inkişafının digər qanunların hərtərəfli tələblərinin nəzərə alınması
- ☒ proqnozlaşdırmanın aktiv xarakteri
- ☐ proqnozların formalaşmasında xarici təcrübə nəaliyyətlərindən istifadə olunması

658 Əhali və əmək resurslarının təkrar istehsalın hansı əlamət əks etdirir?

- ☐ funksional əlamət
- ☐ informasiya təminatı dərəcəsi
- ☐ proqnozlaşdırma miqyası
- ☒ tədqiqat obyektin xarakteri
- ☐ vaxta qorə inkişaf xarakteri

659 Proqnozlaşdırmanın həqiqiliyi məsələsinin həllinə nə imkan verir?

- ☐ bütün cavablar düzdür.
- ☐ həqiqətin praktiki və məntiqi meyarları
- ☐ ekspertlərin rəyi
- ☒ Proqnozların yoxlanılması, onların adekvatlığı, məntiqi ziddiyyətsizliyi
- ☐ həqiqətən məntiqi meyarı

660 Aşağıda göstərilənlərdən hansı proqnozların təsnifləşdirmə əlamətlərinə aid deyil?

- ☐ hamısı aiddir
- ☐ fəaliyyətinin ümumi prinsipi
- ☐ formallaşdırma səviyyəsi
- ☒ proqnozların alternativliyi
- ☐ proqnoz informasiyanın əldə edilməsi üsulu

661 Prospektiya mərhələsində hansı əməliyyatlar həyata keçirilir:

- ☐ proqnozlaşdırılan obyektin modelinə korreksiya edilir

- ☐ Proqnozlaşdırma obyektində əvvəl əldə olunmuş informasiya dəqiqləşdirilir
- ☐ proqnoz obyektinə üzrə çatışmayan informasiya aşkara çıxarılır
- ☒ bütün cavablar düzdür
- ☐ yeni daxil olunmuş informasiya modelə yerləşdirilir

662 Obyektlərin tədqiqi xarakterinə görə proqnozların aşağıdakı növlərini fərqləndirirlər:

- ☐ operativ proqnoz
- ☐ struktur proqnozu
- ☐ ayrı-ayrı müəssisələrin inkişafının habelə ayrı-ayrı məhsulların proqnozları
- ☒ ETT-nin inkişafı və onun nəticələri
- ☐ xaosluq proqnoz

663 Bütün proqnozlar vaxt horizontuna görə bölünür:

- ☐ xaosluq proqnozlar
- ☐ normativ proqnoz
- ☐ quruluş (sahələrarası)
- ☒ operativ
- ☐ ayrı-ayrı müəssisələrin inkişafının habelə ayrı-ayrı məhsulların proqnozları

664 Miqyasına görə proqnozlaşmanı fərqləndirirlər:

- ☐ operativ proqnozları
- ☐ normativ proqnoz
- ☐ qısa müddətli
- ☒ xalq təsərrüfatı kompleksinin inkişaf proqnozu
- ☐ xaosluq proqnozları

665 Cəmiyyətdə və təbiətdə bütün hadisələri şərtləndirilən səbəb və obyektiv qanunauyğunluğu ifadə edən fəlsəfi konsepsiya necə adlanır?

- ☐ obyektivçilik.
- ☐ idealizim
- ☐ konservatizim
- ☒ determinizim
- ☐ fəritizim

666 Proqnozlaşdırmanı hansı prinsipi proqnozların aktiv xarakterini nəzərdə tutulur

- ☐ adekvatlılığı
- ☐ elmi əsaslandırılması
- ☐ proqnozların sistemliliyi
- ☒ məqsədyönlülük prinsipi
- ☐ variantlılığı

667 Proqnozlaşdırmanın variantlılıq prinsipi nəyi əks etdirir?

- ☐ bütün cavablar düzdür
- ☐ ümumdövlət marağının nəzərə alınması
- ☐ obyektiv iqtisadi qanunların və cəmiyyətin inkişafının digər qanunlarının tələblərinin hərtərəfli nəzərə alınması
- ☒ xalq təsərrüfatının və onun ayrı-ayrı sahələrinin müxtəlif trayektoriyalarda inkişaf imkanı
- ☐ proqnozların adekvat xarakteri

668 Vaxt müddətindən asılı olaraq hansı proqnoz növü yoxdur:

- ☐ uzun müddətli
- ☐ qısa müddətli
- ☐ operativ

- ☒ alternativ
- ☐ orta müddətli

669 Proqnozlaşdırılmanın miqyasına görə təsnifləşdirilərkən hansı tip proqnoz seçilir?

- ☐ Bütün cavablar düzgündür
- ☐ Əhalinin həyat səviyyəsinin proqnozu
- ☐ Qısamüddətli
- ☒ Struktur
- ☐ Determinant

670 Diaqnoz mərhələsində proses və meyarların elmi təhlili nə ilə yekunlaşır.

- ☐ proqnozlaşma modelinin işlənməsi
- ☐ proqnozlaşdırma metodunun seçilməsi
- ☐ Proqnoz kəmiyyətinin formulanın müəyyənləşdirilməsi
- ☐ Qrafikin tərtibi.
- ☒ Proqnozlaşdırma modelinin işlənməsi və ona uyğun proqnozlaşma metodunun seçilməsi.

671 Proqnozlaşdırmanın hansı prinsipi milli təsərrüfatı vahid obyekt və obyektlər məcmusu kimi baxmağa imkan verir:

- ☒ proqnozlaşmanın sistemliliyi prinsipi
- ☐ iqtisadiyyat və siyasətin vəhdəti prinsipi
- ☐ elmi əsaslandırma prinsipi
- ☐ proqnozlaşdırmanın soxvariantlılığı prinsipi
- ☐ bütün cavablar düzdür

672 İqtisadi proqnozlaşmanın predmeti nədir?

- ☐ canlı təbiətdə qanunauyğunluqlarının dərk edilməsi
- ☐ bütün cavablar düzdür
- ☒ fəaliyyətdə olan iqtisadi obyektin mümkün ola biləcək vəziyyətini qələgək dövr üçün müəyyənləşdirilməsi
- ☐ konkret geniş təkrar istehsal prosesi və onun müxtəlifliyi
- ☐ qələcəkdə sosial obyektlərin mümkün fəaliyyətinin dərk edilməsi

673 Miqyasına görə proqnozlaşmanı fərqləndirirlər:

- ☐ operativ proqnozlar
- ☒ makroekonomik proqnoz
- ☐ normativ proqnoz
- ☐ axtarış proqnozları
- ☐ xaotik proqnozlar

674 Proqnozlaşmanın miqyas əlaməti:

- ☒ obyektin xarakteri
- ☐ tədqiq
- ☐ müəyyən məqsədlərin konkret qoyuluşunu və tədqiq olunan obyektin konkret detallarının hadisələrinin əvvəlcədən görünməsi
- ☐ sistemin dinamik inkişaf edən tərkib hissəsi kimi
- ☐ olunan hadisənin səbəbi

675 Proqnozlaşmanın miqyas əlaməti:

- ☐ sistemin dinamik inkişaf edən tərkib hissəsi kimi
- ☐ tədqiq olunan hadisənin səbəbi
- ☐ müəyyən məqsədlərin konkret qoyuluşunu və tədqiq olunan obyektin konkret detallarının hadisələrinin əvvəlcədən görünməsi
- ☒ miqyas proqnozlaşdırılması

☐ tədqiq

676 Kompleks metod özünə aşağıdakıları daxil edir:

- ☐ müəyyən məqsədlərin konkret qoyuluşunu və tədqiq olunan obyektin konkret detallarının hadisələrinin əvvəlcədən görünməsi
- ☐ öyrənilən obyektin səbəbini öyrənərkən onun strukturunun izah edilməsi
- ☐ mürəkkəb iqtisadi sistemlərdə baş verməsi mümkün olan hadisələrin qanunauyğunluqlarının kəmiyyət və keyfiyyət tətbiqi
- ☐ hər bir hadisənin onun tarixi formaları ilə qarşılıqlı əlaqədə nəzərdən keçirilməsi
- ☒ hadisələrin qarşı əlaqədə nəzərdən keçirərkən nəyinki bu elmi metodlarından, habelə digər elmlərin metodundan istifadə olunur

677 Proqnozlaşmanın tarixi metodu aşağıdakılardır:

- ☐ öyrənilən obyektin səbəbini öyrənərkən onun strukturunun izah edilməsi
- ☐ hadisələrin qarşı əlaqədə nəzərdən keçirərkən nəyinki bu elmi metodlarından, habelə digər elmlərin metodundan istifadə olunur
- ☐ mürəkkəb iqtisadi sistemlərdə baş verməsi mümkün olan hadisələrin qanunauyğunluqlarının kəmiyyət və keyfiyyət tətbiqi
- ☐ müəyyən məqsədlərin konkret qoyuluşunu və tədqiq olunan obyektin konkret detallarının hadisələrinin əvvəlcədən görünməsi
- ☒ hər bir hadisənin onun konkret formaları ilə qarşılıqlı əlaqədə nəzərdən keçirilməsi

678 İqtisadi proqnozlaşmanın obyektidir:

- ☐ sahə və regional proqnozlar
- ☐ demoqrafik proqnozlar
- ☒ geniş təkrar istehsal prosesi və onun bütün çoxnövçülüyü
- ☐ proqnozun vaxt qorizontu
- ☐ proqnozlaşma obyektinin informasiya ilə təminat dərəcəsi

679 Hansılar qabaqcadan görmənin forması deyildir?

- ☐ plan
- ☐ plan, hipoteza
- ☐ hipoteza
- ☐ proqnoz
- ☒ bütün cavablar düzgündür