

AAA_3722#01#Q16#01EDUMAN testinin sualları

Fənn : 3722 Kommersiya fəaliyyətinin tətbiqi və proqnozlaşdırılması

1 Kommunikasiya :

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

2 Marketing tədqiqatlarının effektivliyi özünü nədə göstərir

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

3 Aşağıda göstərilənlərdən hansı marketingin təkmülünü tam əhatə edir:

- yalnız istehlakçının marketingi və sosial-etik marketing
- yalnız istehsalın və məhsulun təkmilləşdirilməsi
- istehsalın təkmilləşdirilməsi, məhsulun təkmilləşdirilməsi, kommersiya amillərinin intensivləşdirilməsi, istehlakçının marketingi və sosial-etik marketing
- yalnız kommersiya amillərinin intensivləşdirilməsi
- məhsulun təkmilləşdirilməsi, kommersiya amillərinin intensivləşdirilməsi, istehlakçının marketingi və sosial-etik marketing

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

- passiv marketing
- istehlakçının marketingi
- istehsalın təkmilləşdirilməsi
- məhsulların təkmilləşdirilməsi
- kommersiya amillərinin intensivləşdirilməsi

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

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

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

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

7 İctimaətlə əlaqənin əsas xüsusiyyəti

- pullu olması (haqqı ödənilməklə) və birbaşa müraciət formasında həyata keçirilməsidir
- pulsuz olması (heç bir haqq ödənilmədən) və dolayısı müraciət formasında həyata keçirilməsidir
- geniş istehlakçı auditoriyasına ünvanlanmasıdır
- pulsuz olması (heç bir haqq ödənilmədən) və birbaşa müraciət formasında həyata keçirilməsidir
- pullu olması (haqqı ödənilməklə) və dolayısı müraciət formasında həyata keçirilməsidir

8 F. Kotlərə görə marketing menecment

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

9 Marketing menecmentin vəzifəsi

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

10 Marketingin idarə edilməsinə funksional yanaşmada marketingə necə baxılır

- bu fəaliyyətə rəhbərliyi həyata keçirən mencerlər və ya menceer qrupuna verilmiş hüquq və səlahiyyətlərə aid olan sərəncam və vəzifələrin ayrı-ayrı işçilər və işçi qrupları arasında bölüşdürülməsi üzrə idarəetmə vasitəsi kimi baxılır
- hər hansı bir marketing probleminin təşkili və onun həyata keçirilməsi üzrə fəaliyyət kimi baxılır
- marketingin informasiya sisteminin yaradılması, marketing tədqiqatlarının aparılması və marketing fəaliyyətinin həyata keçirilməsi üzrə tövsiyələrin hazırlanması kimi 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

11 Marketingin idarə edilməsi prosesi özündə aşağıdakı əməliyyatları birləşdirir:

- müəssisənin bazar imkanlarının təhlilini, məqsəd bazarlarının seçilməsini, marketing kompleksinin hazırlanmasını, marketing tədbirlərinin həyata keçirilməsini və yeni istehsal güclərinin istifadəyə verilməsini
- 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, 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, marketing tədbirlərinin həyata keçirilməsini, istehsal texnologiyasının və istehsalın təşkilinin təkmilləşdirilməsini

12 Marketingin bazar yönümlü idarəetmə strukturunda marketing fəaliyyəti

- müxtəlif çeşidlər üzrə yaradılmış struktur vahidləri tərəfindən həyata keçirilir
- müxtəlif bazarlar (istehlakçı qrupları) 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

13 Marketingin regional idarəetmə strukturunda marketing fəaliyyəti

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

14 Marketing nəzarəti

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

15 Marketing nəzarətinin təşkilinə hansı mərhələdən başlanılır

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

16 İllik marketing nəzarətinin funksiyası

- marketing fəaliyyətinin auditidir
- illik marketing planlarında müəyyən edilmiş plan tapşırıqlarının yerinə yetirilmə səviyyəsinin müəyyən edilməsi və ona zəruri korrektələrin edilməsidir
- 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
- müəssisənin marketing strategiyasının bazar imkanlarına uyğun gəlməsinin müəyyənləşdirilməsidir

17 Ümumi marka strategiyasının üstünlüyü

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

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

- müxtəlif çeşidlərə müxtəlif marka adlarının verilməsi strategiyası
- müəssisənin adı ilə məhsulun adının əlaqələndirilməsinə əsaslanan marka strategiyası

- fərdi marka strategiyası
- ümumi marka strategiyası
- markasız məhsul strategiyası

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

- istehsalçı-topdansatış-istehlakçı
- istehsalçı-istehlakçı
- istehsalçı-topdansatış-pərəkəndə satış-istehlakçı
- istehsalçı-agent-topdansatış-istehlakçı
- istehsalçı-topdansatış-kiçik topdansatış-istehlakçı

20 Hansı müqavilələrə Vyana konvensiyası tətbiq olunur?

- bütün növ müqavilələrə
- yalnız beynəlxalq xarakterli müqavilələrə
- yalnız milli xarakterli müqavilələrə
- həm beynəlxalq, həm də milli xarakterli müqavilələrə
- lizin müqavilələrinə

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

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

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

- 2008
- 1999
- 1990
- 1988
- 2000

23 İstehsal sirrindən kommersiya sirrinin fərqi nədir?

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

24 Yapon davranış kodeksində aşağıdakılardan hansı nəzərə alınmır?

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

25 Marketingin əsas prinsipləri hansılardır ?

- proqramlı məqsədli yanaşma

- sistemlilik ,obyektivlilik,dəstlik
- İstehlakçıya istiqamətlənmək
- yuxarıda göstərilənlərin hamısı düzgündür
- çeviklik, səylərin birləşdirilməsi

26 Marketing tədqiqatlarında hansı materiallardan istifadə olunur?

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

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

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

28 Tender nədir?

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

29 Ticarət- vasitəçilik əməliyyatı nədir?

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

30 Göndərmə üçün bildiriş nədir?

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

31 Ticarət (məhsul) markası

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

32 Kommersiya sözü hansı dildən götürülüb ?

- 66
- alman
- ingilis
- yunan
- latın
- fars

33 Kommersiya fəaliyyəti nədir?

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

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

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

35 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 tədavül sferasında davamı olan prosesi
- mal alışını ilə əlaqəli xidmətlərin, əldə olunan malın istifadəsi ilə əlaqədar xidmətlər, mağazaya gələnlər üçün əlverişli şəraitin yaradılması
- tələbin öyrənməsi, əmtəənin dəyişdirilməsi, yeni modifikasiyaların tətbiqi

36 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

37 Bazar öz funksiyasının hansı vasitələrin funksiyası ilə həyata keçirir?

- vasitəçilər
- tələb
- reklam
- qiymət
- təklif

38 Bazar neçə funksiyanı yerinə yetirir.

- 4
- 2

- 1
 3
 5

39 Kommersiya əməliyyatlarına aşağıdakılardan hansı aid deyil?

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

40 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

41 Kommersiya xidmətlərinin quruluşu nədən asılıdır?

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

42 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 fərqlə 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

43 Reklamın səmərəliliyi hansı əlamətlərə görə fərqləndirilir?

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

44 Bazarın funksiyaları hansılardır ?

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

45 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

46 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

47 Mal göndərmə müqaviləsi nədir?

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

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

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

49 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

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

- 4
- 1
- 0
- 3
- 2

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

- 4
- 2
- 1
- 0

3

52 Reklam mətnlərində istehlakçının diqqəti

- məhsulların nəqlənmə və saxlanma texnologiyasına yönəldilir
- məqsəd bazarlarının seçilməsinə yönəldilir
- məhsulun bazar mövqeyinə yönəldilir
- məhsulun istehlak xüsusiyyətlərinə yönəldilir
- məhsulun hazırlanması texnologiyasına yönəldilir

53 Motivləşdirmə prosesində istehlakçıların hansı vərdişləri mühüm rol oynayır?

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

54 Müdafiə məlumatverici rəqabət və xatırladıcı reklamlar hansı reklamın formalarıdır?

- yayın
- məhsul
- istehlak
- İnstitusional
- xatırladıcı

55 Məhsulun keyfiyyəti nəyi ifadə edir?

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

56 Komplektlilik nədir?

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

57 Əmtəə əməliyyatlarına hansılar daxildir?

- əmtələrin 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

58 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

59 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 potarial formada hüquqi əsasını

60 Çeşidin dolğunluğu nədir?

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

61 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

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

- əmtəənin kütləvi istehsalı
 bazara daxil olma
 enmə
 artım
 kamillik

63 Əmtəə nədir?

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

64 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

65 Əmtəə nişanı nədir?

- firmanın əmtəəsinin keyfiyyəti və qiyməti olan vahid nümayəndəsidir
 firmanın hüquqi qaydada brendinin təsdiq olunmamış formasıdır

- bir firmanın əmtəəni digərindən fərqləndirən rəməzdir
- hüquqi müdafiəsi təmin olunmuş marka və ya onun hissəsidir
- nomenklaturaya daxil olan çeşid nomenklaturasıdır

66 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

67 Tara nədir?

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

68 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

69 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

70 Məhsulun bazara çıxarılması

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

71 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

72 Aksept nədir?

- borcu nəğd şəkildə ödənilməsi

- borcun ödənilməsi
- Tədavülçinin narazılığı
- Tədavülçinin razılığı
- borcun yerində ödənilməsi

73 Hesablaşmaların hansı formaları var?

- natural və dəyər forması
- əmtəə və qeyri maddi
- nəğd və daimi
- nəğd və nəğdsiz
- əmtəə və qiymət

74 Klirinq ödənişləri nə vaxt , harada ilk dəfə tətbiq olunub?

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

75 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

76 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

77 Nəğdsiz hesablaşma nədir?

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

78 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 topdansa satış tacirlərindən malı alıb xaricdə və xaricdən mal alıb yerli topdansa satış 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

79 Ticarət-vasitəçilik əməliyyatı nədir?

- istehsalçıdan asılı olmayan ticarət vasitəçisi tərəfindən istehsalçının tapşırığı ilə aralarında bağlanmış saziş 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
- əmtələrin alqı-satqı müqaviləsinin bağlanmasıdır

80 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 istehsaldan istehlakçıya çatdırılması ilə əlaqədar sərf olunan əmək məsrəflərinin pul ilə ifadəsidir.
- istehlakçının mal alışına sərf etdikləri pul vəsaitinin ümumi həcmidir

81 Ticarətdə tədavül xərcləri mahiyyətinə görə necə qruplaşdırılır

- əmək məhsuldarlığı və əməyin effektivliyinin yüksəldilməsi ilə əlaqədar xərclər
- ümumi gəlir və mənfətlə 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

82 Tədavül xərclərinin quruluşu dedikdə nə başa düşülür?

- xərc maddələrinin qruplar üzrə təsnifatı
- tədavül xərcləri məbləğinin mal dövriyyəsinə olan nisbətini 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

83 Ticarətdə ümumi gəlirin əmələ gəlmə mənbələri hansılardır?

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

84 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

85 Məhsulun franko qiyməti aşağıdakılardan hansına imkan verir

- məhsulgöndərmənin müxtəlif bazis şərtlərini nəzərə almağa
- məhsulun satış qiymətini müəyyən etməyə
- məhsul satışından əlavə gəlir əldə etməyə

- müştəriyə müəyyən qiymət güzəştlərinin edilməsinə
- məhsulun istehlak qiymətini müəyyən etməyə

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

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

87 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

88 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 məhsulgöndərənlər 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

89 Oliqopson bazarları nədir?

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

90 Malın dünya bazarlardan çıxma vəzifələri?

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

91 Aşağıda göstərilənlərdən hansı məhsul anlayışını tam ifadə edir:

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

92 Yeni məhsula hansı məhsullar aid edilmir

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

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

- stabillik mərhələsində
- inkişaf mərhələsində
- bazara çıxma mərhələsində
- böhran mərhələsində
- artım mərhələsində

94 Məhsul nomenklaturası

- onun xarici tərtibatının müxtəlifliyini əks etdir
- məhsulun istehlak xüsusiyyətlərini əks etdirir
- məhsulların müxtəlif növlülüyünü xarakterizə edir
- məhsul çeşidindən geniş anlayışdır və bazara təklif edilən bütün məhsulların məcmusudur
- məhsulun marka adını ifadə edir

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

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

96 Hansı qeyri-əmtəə əməliyyatları nəğdsiz formada yerinə yetirilir?

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

97 Hesablaşma çeki nədir?

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

98 Planlı ödənişlər qaydasında hesablaşmalar nə vaxt baş verir?

- məhsul vahidi istehsalına sərf olunan iş vaxtının nizama salındığı vaxt
- xüsusi hesab açılması barədə alıcının bank şöbəsinin malgöndərənin bank şöbəsinə tapşırığı vaxt
- hesablaşmalar mal alanın anbarında təhvilalma vaxtı

- sabit təsərrüfat və hesablaşma münasibətləri mövcud olduğu vaxt
 sabit təsərrüfat və hesablaşma münasibətləri mövcud olduğu, mal göndərişinin isə daimi xarakter daşdığı vaxt

99 Sadə veksəl nədir?

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

100 Veksəllərin neçə növü var?

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

101 Tələbatın kəmiyyətinə görə hansı növləri vardır?

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

102 Tələbatın ödənilmə dərəcəsinə görə növləri hansılardır?

- qismən ödənilən tələbat
 neftmaşınqayırma məhsullarının
 həqiqi tələbat
 ödənilmiş, ödənilməyən və formalaşmağda olan tələbat
 Bölüşdürmə kanalları

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

- birja komitələrinin müəyyənləşdirdiyi qaydada
 gömrük orqanlarının həll etməsi qaydasında
 qarşılıqlı anlaşma qaydasında
 arbitraj qaydasında
 nümunəvi kontraktı hazırlanmış təşkilatın müəyyənləşdirdiyi qaydada

104 Ticarət kompensasiya sövdələşmələri ən gec hansı müddətdə başa çatmalıdır?

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

105 Marketing kateqoriyası kimi tələbat aşağıdakılardan hansını əks etdirir

- istehlakçının məhsula münasibətini
 alıcının alıcılıq qabiliyyətini

- tələbi;
- ödənilməsi spesifik forma alan ehtiyacı;
- alıcının istəklərini;

106 Marketing kateqoriyası kimi tələb aşağıdakılardan hansını əks etdirir

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

107 Məhsul istehlakçıların sağlamlığına ziyan vurduğu halda marketingin hansı forması tətbiq edilir

- təmərküzləşmiş marketing
- sinxromarketing
- konversiya marketingi
- əks təsirli marketing
- inkişaf edən marketing

108 Tələbatın hansı formasında sinxromarketingin tətbiqi məqsədəuyğundur

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

109 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
- ümumi marka strategiyası
- fərdi marka strategiyası
- müxtəlif çeşidlərə müxtəlif marka adlarının verilməsi strategiyası
- müəssisənin adı ilə məhsulun adının əlaqələndirilməsinə əsaslanan marka strategiyası

110 Marketing konsepsiyasının ilkin istinad nöqtəsi nədir?

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

111 Daxili Hesabat sistemi məlumatlarına hansı aid deyil?

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

112 Hansı məlumatlar kommersion siriidir?

- yalnız alıcıya məlum olmayan məlumatlar

- yalnız mal istehsalçılarına məlum olan məlumat
- yalnız sövdə iştirakçılara məlum olan, qalanlara isə elan edilməyən məlumatların ifadəsi
- kommersiya nöqtəyi nəzərindən bilərəkdən gizli saxlanan məlumatlardır.
- həm istehsalçıya, həm satıcıya məlum olan məlumat

113 İşgüzar informasiyaya nə daxil deyil?

- heyətin siyahısı
- malın qiyməti haqqında məlumat
- maliyyə məlumatları
- ENM-in proqram təminatı.
- marketinq haqqında məlumat

114 Kommersiya informasiyasının mənbəyi kimi hansı tədqiqatlar çıxış edir?

- kross-mədəni təhlillər
- bazarın ümumi tədqiqatları
- kommersiya tədqiqatları
- marketinq tədqiqatları
- menecment araşdırmaları

115 Kommersiya sirlərinin daşıyıcısı kimdir?

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

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

- İnformasiya prosesi
- Kommersiya məxfiliyi
- Marketinq məlumatı
- Kommersiya məlumatı
- Kommersiya sirri

117 Texniki məlumata nə daxil deyil?

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

118 Mütləq tələbat nədir?

- heç bir variant düzgün deyil
- yuxarıda göstərilən variantlar doğrudur
- kəmiyyət etibarilə hədudsuz olur
- nə istehsalın, nə də əhalinin tədiyyə qabiliyyətli imkanları ilə məhdudlaşmır
- mümkün ola bilən istehlakın həcmi ifadə edir

119 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 vaxt
- məhsul vahidi istehsalına sərf olunan iş vaxtının nizama salındığı vaxt
- sabit təsərrüfat və hesablaşma münasibətləri mövcud olduğu, mal göndərişinin işə daimi xarakter daşdığı hallarda həyata keçirilir
- hesablaşmalar mal alanın anbarında təhvilalma vaxtı

120 Hesablaşmalar müəssisələr tərəfindən hansı üsullarla aparılır?

- akreditivlərlə, ödəniş tapşırıqları ilə
- hesablaşmalarda iştirak etməməklə
- hesablaşmalarda iştirak etməklə
- nəqd və nəqsiz
- çeklə, veksellərlə

121 Kommersiya sirrini qorumaqdan ötrü nədən istifadə etmək lazımdır?

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

122 Rəqabət reklamı nədir?

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

123 İstehlakçının, istehsalçının və cəmiyyətin mənafehi hansı marketing konsepsiyasında daha dolğun nəzərə alınır

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

124 İstehlakçının daha yüksək keyfiyyətli məhsula üstünlük verməsi hansı marketing konsepsiyasına uyğun gəlir

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

125 Marketingin kommersiya amillərinin intensivləşdirilməsi konsepsiyası satışın həcmi hansı amillər hesabına artırmağı nəzərdə tutur

- yuxarıda göstərilən bütün cavablar doğrudur

- məhsulların texniki-istismar və dəyər parametrlərinin yaxşılaşdırılması
- istehsal texnologiyasının təkmilləşdirilməsi
- satışın həvəsləndirilməsi
- istehlakçıların davranışının və alış motivlərinin öyrənilməsi

126 Marketing-miks özündə hansı elementləri birləşdirir

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

127 Marketingin ətraf mühiti

- iqtisadi-sosial amillərdir
- ölkənin iqtisadi vəziyyətini xarakterizə edən göstəricilər sistemidir
- müəssisənin istehsal- maliyyə fəaliyyətini xarakterizə edən göstəricilər sistemidir;
- müəssisənin marketing fəaliyyətinə təsir edən xarici subyekt və amillərin məcmuudur
- müəssisənin idarəetmə strukturudur

128 Aşağıdakı elementlərdən hansı marketing-miksə aid deyildir

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

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

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

130 Məhsulun həyat dövrünün hansı mərhələsində müəssisə ziyanla işləyir

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

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

- 0
- 3
- 2
- 1
- 4

132 Marketingin idarə edilməsinə hansı yanaşmalar mövcuddur

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

133 Əvvəlcə hansısa bir probleminin həlli üçün toplanmış məlumatlar hansılardır?

- Kəşfiyyat
- İlkin
- Təsviri
- Təkrar
- Təsmiri

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

- 1990
- 1961
- 1984
- 1979
- 1985

135 Aşağıdakılardan hansı kommersiya məxfiliklərini fərqləndirən amillərə aid deyil?

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

136 Aşağıdakılardan hansı kommersiya sirri deyil?

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

137 Kommersiya məxfiliklərini fərqləndirən amil deyil?

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

138 Kommersiya sirrini necə qorumaq olar?

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

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

- Operativ
- Təsviri
- Kunzal
- Kəşfiyyat
- Müntəzəm

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

- Təsmiri
- Müntəzəm
- Təsviri
- Kauzal
- Operativ

141 Real şəraiti xarakterizə edən məlumatların toplanmadığı metod hansıdır?

- Operativ
- Təsviri
- Kunzal
- İmitasiya
- Kəşfiyyat

142 Sənaye şpionaçı dedikdə nə başa düşülür?

- müəssisə rəhbərliyi tərəfindən qəbul olunan normalardır.(əməllər, sərəncamlar, təlimatlar)
- səlahiyyəti olmayan şəxslərin və ya müəssisələrin qeyri-qanuni yolla əliyəri satıcılar tərəfindən məlumatların toplanmasıdır.
- səlahiyyəti olmayan şəxslərin və ya müəssisələrin kommertiya sirtini təşkil edən məxfi məlumatların toplanmasıdır.
- səlahiyyəti olmayan şəxslərin və ya müəssisələrin qeyri-qanuni yolla insafsız satıcılar tərəfindən məlumatların toplanmasıdır.
- səlahiyyəti olmayan şəxslərin və ya müəssisələrin qeyri-qanuni yolla kommertiya sirtini təşkil edən məlumatları toplayan satıcılarıdır.

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

- Müntəzəm
- Destruktiv
- Təsviri
- Kunzal
- Konstruktiv

144 Məlumatverici reklam nədir?

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

145 Kommertiya sənədləri hansı sənədlərdir?

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

146 Aşağıda göstərilənlərdən hansı marketinqin funksiyalarına aiddir

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

147 Demarketing tələbatın hansı halında tətbiq edilir:

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

148 Konversiya marketinqi tələbatın hansı halında tətbiq edilir

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

149 Hansılar qabaqcadan görmənin forması deyildir?

- plan, hipoteza
- proqnoz
- plan
- bütün cavablar düzgündür
- hipoteza

150 İqtisadi proqnozlaşmanın obyektidir:

- sahə və regional proqnozlar
- proqnozlaşma obyektinin informasiya ilə təminat dərəcəsi
- proqnozun vaxt qorizontu
- geniş təkrar istehsal prosesi və onun bütün çoxnövlüü
- demoqrafik proqnozlar

151 Proqnozlaşmanın tarixi metodu aşağıdakılardır:

- öyrənilən obyektin səbəbini öyrənərkən onun strukturunun izah edilməsi
- mürəkkəb iqtisadi sistemlərdə baş verməsi mümkün olan hadisələrin qanunauyğunluqlarının kəmiyyət və keyfiyyət tətbiqi

- hadisələrin qarşı əlaqədə nəzərdən keçirərkən nəyinki bu elmi metodlarından, habelə digər elmlərin metodundan istifadə olunur
- hər bir hadisənin onun konkret formaları ilə qarşılıqlı əlaqədə nəzərdən keçirilməsi
- müəyyən məqsədlərin konkret qoyuluşunu və tədqiq olunan obyektin konkret detallarının hadisələrinin əvvəlcədən görünməsi

152 Kompleks metod özünə aşağıdakıları daxil edir:

- öyrənilən obyektin səbəbini öyrənərkən onun strukturunun izah edilməsi
- hər bir hadisənin onun tarixi formaları ilə qarşılıqlı əlaqədə nəzərdən keçirilməsi
- müəyyən məqsədlərin konkret qoyuluşunu və tədqiq olunan obyektin konkret detallarının hadisələrinin əvvəlcədən görünməsi
- 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

153 Proqnozlaşmanın miqyas əlaməti:

- müəyyən məqsədlərin konkret qoyuluşunu və tədqiq olunan obyektin konkret detallarının hadisələrinin əvvəlcədən görünməsi
- sistemin dinamik inkişaf edən tərkib hissəsi kimi
- tədqiq olunan hadisənin səbəbi
- miqyas proqnozlaşdırılması
- tədqiq

154 Proqnozlaşmanın miqyas əlaməti:

- müəyyən məqsədlərin konkret qoyuluşunu və tədqiq olunan obyektin konkret detallarının hadisələrinin əvvəlcədən görünməsi
- olunan hadisənin səbəbi
- tədqiq
- obyektin xarakteri
- sistemin dinamik inkişaf edən tərkib hissəsi kimi

155 Miqyasına görə proqnozlaşmanı fərqləndirirlər:

- normativ proqnoz
- axtarış proqnozları
- operativ proqnozlar
- makroekonomik proqnoz
- xaotik proqnozlar

156 İqtisadi proqnozlaşmanın predmeti nədir?

- bütün cavablar düzdür
- qələcəkdə sosial obyektlərin mümkün fəaliyyətinin dərk edilməsi
- konkret qeniş təkrar istehsal prosesi və onun müxtəlifliyi
- fəaliyyətdə olan iqtisadi obyektin mümkün ola biləcək vəziyyətini qələgək dövr üçün müəyyənləşdirilməsi
- canlı təbiətdə qanunauyğunluqlarının dərk edilməsi

157 Proqnozlaşdırmanın hansı prinsipi milli təsərrüfatı vahid obyekt və obyektlər məcmusu kimi baxmağa imkan verir:

- elmi əsaslandırma prinsipi
- proqnozlaşmanın sistemliliyi prinsipi
- bütün cavablar düzdür

- proqnozlaşdırmanın soxvariantlılığı prinsipi
- iqtisadiyyat və siyasətin vəhdəti prinsipi

158 Diaqnoz mərhələsində proses və meyarların elmi təhlili nə ilə yekunlaşır.

- Qrafikin tərtibi.
- Proqnozlaşdırma modelinin işlənməsi və ona uyğun proqnozlaşma metodunun seçilməsi.
- proqnozlaşma modelinin işlənməsi
- proqnozlaşdırma metodunun seçilməsi
- Proqnoz kəmiyyətinin formulanın müəyyənləşdirilməsi

159 Proqnozlaşdırılmanın miqyasına görə təsnifləşdirilərkən hansı tip proqnoz seçilir?

- Bütün cavablar düzgündür
- Əhalinin həyat səviyyəsinin proqnozu
- Qısamüddətli
- Struktur
- Determinant

160 Vaxt müddətindən asılı olaraq hansı proqnoz növü yoxdur:

- uzun müddətli
- qısa müddətli
- operativ
- alternativ
- orta müddətli

161 Proqnozlaşdırmanın variantlılıq prinsipi nəyi əks etdirir?

- bütün cavablar düzdür
- ümumdövlət marağının nəzərə alınması
- obyektiv iqtisadi qanunların və cəmiyyətin inkişafının diqər qanunlarının tələblərinin hərtərəfli nəzərə alınması
- xalq təsərrüfatının və onun ayrı-ayrı həlqələrinin müxtəlif trayektoriyalarda inkişaf imkanı
- proqnozların adekvat xarakteri

162 Proqnozlaşdırmanı hansı prinsipi proqnozların aktiv xarakterini nəzərdə tutulur

- adekvatlılığı
- elmi əsaslandırılması
- proqnozların sistemliliyi
- məqsədyönlülük prinsipi
- variantlılığı

163 Cəmiyyətdə və təbiətdə bütün hadisələri şərtləndirilən səbəb və obektiv qanunauyğunluğu ifadə edən fəlsəfi konsepsiya necə adlanır?

- obektivçilik.
- idealizim
- konservatizim
- determinizim
- furutizim

164 Miqyasına görə proqnozlaşmanı fərqləndirirlər:

- operativ proqnozları

- normativ proqnoz
- qısa müddətli
- xalq təsərrüfatı kompleksinin inkişaf proqnozu
- xaotik proqnozları

165 Bütün proqnozlar vaxt horizontuna görə bölünür:

- xaotik proqnozlar
- normativ proqnoz
- quruluş (sahələarası)
- operativ
- ayrı-ayrı müəssisələrin inkişafının habelə ayrı-ayrı məhsulların proqnozları

166 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
- xaotik proqnoz

167 Prospeksiya 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

168 Aşağıda göstərilənlərdən hansı proqnozların təsnifləşdirmə əlamətlərinə aid deyil?

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

169 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

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

- vaxta qərə inkişaf xarakteri
- proqnozlaşdırma miqyası
- tədqiqat obyektin xarakteri
- funksional əlamət
- informasiya təminatı dərəcəsi

171 Proqnozlaşdırmanın elmi əsaslandırma prinsipinə nə aiddir?

- Proqnozların formalaşmasında daxili təcrübənin nəəliyyətlərindən istifadə olunması

- elmi alətlərdən istifadə
- obektiv iqtisadi qanunların və səmiyyəimn inkişafının diqər qanunların hərtərəfli tələblərinin nəzərə alınması
- proqnozlaşdırmanın aktiv xarakteri
- proqnozların formalaşmasında xarici təcrübə nəaliyyətlərindən istifadə olunması

172 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

173 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

174 Ekstrapolyasiya metodlarına aiddir:

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

175 Dövlət səviyyəsində həyata keçirilən proqnozların əsas prinsipidir:

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

176 Ekstrapolyasiya metodlarına aid deyil:

- bütün cavablar düzdür
- eksponensial hamaralama metodu
- ən kiçik kvadratlar metodu
- ekspertin rəyi
- sürüşkən orta kəmiyyətlər metodu

177 Proqnozlaşdırılmanın formallaşdırılmış metodlar qrupunda hansı qruplar birləşib?

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

178 Eksropolyasiya metoduna aid deyil:

- adaptiv hamarlama
- eksponensial hamarlama
- ən kiçik kvadratlar
- amillər təhlili
- sürüşkən orta

179 Korrelyasiya-reqressiya təhlili məsələlərinə hansılar aid deyil?

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

180 Modelləşdirmə metodlarına aid deyil:

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

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

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

182 Aşağıda qeyd olunan metodlardan hansılar proqnozlaşdırmanın formalaşdırılmış metoduna aiddir?

- Bütün cavablar düzgündür
- Komissiya metodu
- İntervyu metodu
- Normativ metod
- Fərdi ekspert qiymətəndirilməsi

183 Qeyd olunanlardan hansı proqnozlaşdırmanın analogiya metoduna əsaslanır?

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

184 Analogiya prinsipinə əsaslanan proqnoz metodunu göstərin:

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

185 Proqnozlaşdırmanın normativ metodunun tərtibi üçün əsas sayılır:

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

186 Aşağıdakılardan hansı ekspert metoduna aid deyildir:

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

187 Modelləşdirmə metoduna aid deyil

- hamısı aid deyildir
- struktur
- şəbəkə
- trend ekstrapolyasiyası
- matris modeli

188 Zamana və izləməyə görə proqnozlar bölünür:

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

189 Daha uzun müddətli proqnozlar hansı dövrə tərtib olunur?

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

190 Demografik proqnozun işlənməsinin ilkin mərhələsinə nə daxil deyildir?

- ölkənin demoqrafik inkişafında meydana çıxan neqativ meyllərin aşkara çıxarılması
- ötən dövr ərzində cəmiyyətin inkişafının demoqrafik nəticələrin təhlili
- ölkədə və regionda ilkin demoqrafik vəziyyətin təhlili
- demoqrafik proqnozun məqsədlərinin tərkibinin əsaslandırılması
- ictimai inkişafın nəticələri ilə bu göstəricilərin dinamikası ilə müqayisəsi

191 Demografik proqnozun işlənməsinin hesablama mərhələsinə nə daxil deyildir?

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

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

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

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

- düz cavab yoxdur.
- Dəyişkən obyektlər vaxt funksiyası baxımından fasiləsizdir və tənzimlənən xarakter daşıyır
- diskret (fasiləli) 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.

194 . İqtisadi artımın əsas modellərinə aid deyildir:

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

195 Aşağıdakılardan hansı iqtisadi artım göstəriciləridir?

- əhalinin hər nəfərinə UMM
- ixracın həcmi
- büdcə xərcləri
- pul kütləsinin həcmi
- hamısı aiddir

196 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

197 Təmər küzləşmənin 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 çəkirlərinin mütəmadi artmasıdır
- məhsul istehsalı üzrə orta və kiçik müəssisələrin xüsusi çəkisinin mütəmadi artırılmasıdır.

198 Təmər küzləşmənin hansı formaları var

- heç biri doğru deyil
- dəyişkən, texniki, texnoloji
- dəyişən, formalaşmış, texnoloji
- aqreqat, istehsal-texniki, texnoloji

- iqtisadi, istehsal, texniki

199 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

200 İstehsalın təşkili tipinə görə necə qruplaşdırılır

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

201 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

202 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

203 Marka adı:

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

204 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

205 Marketing kommunikasiyası kompleksinə aiddir

- Məhsula qiymətqoyma prosesi

- Məhsulun differensiallaşdırılması
- Məhsul satışı prosesi
- İrəliləndirmə üzrə stimullaşdırma kompleksi
- Məhsul çeşidinin planlaşdırılması

206 Marketingin kommunikasiya prosesi özündə neçə elementi birləşdirir:

- 11
- 6
- 5
- 9
- 7

207 Kommunikasiya prosesinin elementidir:

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

208 Kommunikasiya prosesinin elementidir:

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

209 Bu element informasiya ötürülməsini təmin edir:

- Əks əlaqə
- Göndərici
- Şifraçma
- Kanallar
- Nəticə

210 Kommunikasiya prosesində qəbul edən

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

211 Kommunikasiya prosesində kanallar

- Yerüstü reklam şitləridir
- Kütləvi informasiya vasitələridir
- Reklamların yayım vasitələridir
- İnformasiya yayım vasitələri, müraciəti göndəricidən qəbul edən və əks tərəfə ötürən vasitədir
- Qəzet və jurnallardır

212 Kommunikasiya əlaqələri sisteminə aiddir

- Birbaşa poçt göndərişləri

- Qəzet və jurnallar
- Kütləvi informasiya vasitələri
- Daxili əlaqələr sistemi
- İnternet

213 Komunikasiya prosesində yerinə yetirilən vəzifələrə aiddir?

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

214 Bu alıcı psixologiyasının altı vəziyyətindən biridir

- bazarlıq etməyə dəvət
- əmtəə çeşidinə münasibət
- qiymətə münasibət
- bazarlıq etmə
- mövsumi mallara münasibət

215 F.Kotlerin fikrincə auditoriyanın cavab reaksiyasının formalaşması modelidir

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

216 Marketing kommunikasiyası kompleksinin elementlərinə aid deyildir?

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

217 Kommunikasiya əlaqələri sisteminə aiddir

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

218 İrəlilədilmə üzrə stimullaşdırma kompleksinə aiddir

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

219 İrəlilədilmə üzrə stimullaşdırma kompleksinə aiddir

- İnformasiya yayım vasitələrinin seçilməsi

- Bazarın tədqiqi
- Satışın idarə edilməsi
- Birbaşa marketing
- Məlumatların hazırlanması

220 İrəlilədilmə üzrə stimullaşdırma kompleksinə aid deyildir

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

221 İrəlilədilmə üzrə stimullaşdırma kompleksinə aid deyildir

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

222 Kommunikasiya prosesində yerinə yetirilən vəzifələrə aiddir

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

223 Marketing kommunikasiya sistemi

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

224 Marketingin kommunikasiya sisteminin elementi deyildir

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

225 Əmtənin irəlilədilməsinin ümumi büdcəsinin hesablanması metodlarına aiddir

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

226 Əmtənin irəlilədilməsinin ümumi büdcəsinin hesablanması metodlarına aid deyildir

- Mövcud vəsaitlərdən hesablama metodu

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

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

- Mövqeləşdirmə
- Planlaşdırma
- Marketingin idarəetmə strukturu
- Bazarın və ya məhsulun tipi
- Məhsulun qiyməti

228 Reklamın mahiyyətini daha dolğun əks etdirir:

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

229 Reklamın məqsədlərinə aid deyildir

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

230 İstehsalçı bu halda reklamdan istifadə etməyə bilər:

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

231 Marketing kommunikasiyasının bu forması ən yüksək kommunikasiya imkanlarına malikdir:

- sərgilər və yarmarkalar
- ictimaiyyətlə əlaqə
- şəxsi (fərdi) satış
- reklam
- birbaşa satış

232 Məhsulun həyat dövrünün inkişaf mərhələsində reklamın bu növü daha məqsəduyğundur

- Stimullaşdırıcı reklam
- İnformasiya xarakterli reklam
- Yada salma xarakterli reklam
- İnandırma və tövsiyyə xarakterli reklam
- İmic reklamı

233 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

234 Bu məhsulun həyat dövrünün inkişaf mərhələsində tətbiq olunan strategiyalardan biridir

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

235 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

236 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

237 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

238 Satışın həvəsləndirilməsinin fərdi məqsədlərinə aid deyildir:

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

239 Satışın həvəsləndirilməsinin əsas növlərinə aid deyildir

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

240 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

241 Ticarət vasitəçilərinin həvəsləndirilməsi üsullarına aiddir:

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

242 Satıcıların həvəsləndirilməsi üsullarına aiddir:

- Kreditlə mal satışı
- Qarışıq malların satışı
- Qiymətlərin birbaşa azaldılması
- Göstəricilərin artıqlaması ilə yerinə yetirilməsinə görə mükafatlandırma
- «Sirlə müştəri» əməliyyatı

243 İstehlakçılarda stimullaşdırılmasının əsas məqsədi:

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

244 İstehlakçıların həvəsləndirilməsi üsullarına aiddir:

- Daimi müştərinin kartı
- Nümunələrin paylaşılması
- Müsabiqələrin keçirilməsi.
- Xüsusi qiymətlər və yaxud xırda topdansatış
- Xüsusi göstəricilərə görə mükafatların verilməsi

245 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

246 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 birbaşa mükafatlar

247 İstehlakçıların həvəsləndirilməsi zamanı nümunələrin yayılmasını əsas metodlarına aid deyildir:

- Pərakəndə ticarət mağazalarında satıcılar tərəfindən mal alışı zamanı alıcılara nümunələrin paylaşılması

- Məhsul nümunələrinin poçtla göndərilməsi
- Malların evlərə çatdırılması
- Reklamdan istifadə etməklə nümunələrin istehlakçılara çatdırılması
- KİV-dən istifadə etməklə nümunələrin məqsədyönlü yayılması

248 Satışın stimullaşdırılması proqramında əks olunan məsələlərə aid deyildir

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

249 Mal alışının mükafatlandırılmasına yönəldilmiş qısa müddətli tədbirlərə aiddir:

- Birbaşa marketing
- Şəxsi satış
- Sponsorluq
- Satışın stimullaşdırılması
- Pablik Rileysnz

250 Stimullaşdırmanın əsas növü hesab olunmur

- Ticarət heyyyətinin stimullaşdırılması
- Vasitəçilərin stimullaşdırılması
- İstehlakçıların stimullaşdırılması
- Tamaşaçıların stimullaşdırılması
- Satıcıların stimullaşdırılması

251 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

252 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.

253 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 dovriyyə sürətinin artırılması

254 Aktiv təkliflər qaydasında stimullaşdırma təkliflərinə aiddir

- məhsulların kataloqa salınmasına görə mükafatlandırılma

- mütərəqqi əmək haqqı üsullarının tətbiqi
- mükafatların verilməsi
- lotereya oyunlarının keçirilməsi
- vitrinlərin müsabiqəsi

255 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

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

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

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

- Ticarət üzrə seminarların, müşavirələrin keçirilməsi
- Ticarət agenti-alıcılar qrupu
- Ticarət agenti-alıcı
- Alıcılara yönələn yanaşma
- Satış qrupu-alıcılar qrupu

258 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

259 Şəxsi satışı həyata keçirən şəxslərə aid deyildir:

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

260 Şəxsi satışın həyata keçirilməsi mərhələlərinə aiddir:

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

261 Şəxsi satışı 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

262 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 vasitəçilərindən 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

263 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

264 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

265 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

266 Pablik Rileynz:

- 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

267 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

268 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

269 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

270 Marketing kateqoriyası kimi tələbat aşağıdakılardan hansını əks etdirir?

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

271 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 seqmentlərini əhatə etmə dərəcəsinə görə

272 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,təmərəküzləşdirilmiş

273 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,təmərəküzləşdirilmiş
- 2-kommersiya və qeyri kommersiya

274 İstehlakçılarla ünsiyyət üsuluna görə marketing neçə və hansı növlərə bölünür?

- 3-differensiallaşdırılmış,differensiallaşdırılmamış,təmər küzləşdirilmiş
- 2-makro və mikro
- 2-daxili və xarici
- 2-aktiv və passiv
- 2-kommersiya və qeyri kommersiya

275 Verilən cavablardan hansında tələb öz əksini tapmışdır

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

276 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

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

- məhsulun təkmilləşdirilməsi konsepsiyasına
- istehsalın təkmilləşdirmə konsepsiyasına
- müasir marketing konsepsiyasına
- kommersiya səylərinin intensivləşdirilməsi konsepsiyasına
- sosial-etik marketing konsepsiyasına

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

- marketing konsepsiyası
- kommersiya səylərinin gücləndirilməsi
- məhsulun təkmilləşdirilməsi
- sosial-etik marketing konsepsiyası
- istehsalın təkmilləşdirilməsi

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

- marketing konsepsiyası
- kommersiya səylərinin gücləndirilməsi
- məhsulun təkmilləşdirilməsi
- sosial-etik marketing konsepsiyası
- istehsalın təkmilləşdirilməsi

280 Məhsulun təkmilləşdirilməsi konsepsiyasına görə uğurun əsasında nə dayanır?

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

281 Kommersiya amillərinin intensivləşdirilməsi konsepsiyasına görə müəssisə satışın həcmının 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

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

- kommersiya amillərinin intensivləşdirilməsi
- istehsalın təkmilləşdirilməsi
- aktiv marketing
- istehlakçının marketinqni və sosial-etik marketing
- passiv marketing

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

- sosial-etik marketing
- məhsulların təkmilləşdirilməsi
- istehsalın təkmilləşdirilməsi
- istehlakçının marketinqni
- kommersiya amillərinin intensivləşdirilməsi

284 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

285 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

286 Marketingin elmi–nəzəri əsasını təşkil edir:

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

287 Doydurulmayan tələbatlara aiddir

- ilkin tələbatlar

- yalançı təlabatlar
- qazanılmış təlabatlar
- təbii təlabatlar
- həqiqi təlabatlar

288 Alıcıların ehtiyaclarının ödənilməsini əsas hesab edən konsespiya:

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

289 Məhsulun təkmilləşdirilməsini əsas hesab edən konsespiya:

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

290 Satış söylərinin gücləndirilməsini əsas hesab edən konsespiya:

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

291 Bu amillər marketingin makro mühitinin sosial amillərinə aiddir:

- hər nəfərə düşən milli gəlirin həcmi
- iqtisadiyyatın inkişaf tempi
- əhalinin sayı, doğulan və ölənlərin sayı
- istehlakçının statusu
- ümumi daxili məhsulun həcmi

292 Marketingin makromühitinə aid deyil

- mədəni mühit amilləri
- coğrafi amillər
- social iqtisadi amillər
- məhsulgöndərənlər
- təbii mühit amilləri

293 Nəzarət edilə bilən ətraf mühit amilləri

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

294 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

295 Bu amillər marketinqin makro mühitinin iqtisadi amillərinə aiddir:

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

296 Marketinqin mikromühitinin tədqiqi zamanı bu amillər öyrənilir:

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

297 Bu, kontakt auditoriyasına aiddir:

- vasitəçilər
- müştərilər
- məhsulgöndərənlər
- KİV-lər
- rəqiblər

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

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

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

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

300 Verilənlərdən hansı makro mühitinin demoqrafik amillərinə aiddir

- dövlət anararı
- valyuta məhdudiyətləri
- siyasi stabillik
- ailələrin sayı
- xaricdən məhsul alınmasına münasibət

301 Marketing tədqiqatlarının aparılmasının zəruriliyi bu amillə əlaqədardır:

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

302 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

303 Satıcılar bazarında bu müəssisələrin rəqabəti mövcudur

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

304 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

305 Rəqiblərin tədqiqi prosesində təhlil edilir:

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

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

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

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

- Ekspert qiymətləndirmələri
- Funksional dəyər metodu
- Kütləvi xidmət nəzəriyyəsi
- Proses yanaşma

- Xətti proqramlaşdırma

308 Marketing tədqiqatlarında istifadə edilən ümumelmi metodlara aiddir:

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

309 İlkin marketing informasiyası:

- Marketing informasiya sistemindən ilk əldə edilən informasiyalardır
 Kommersiya ədəbiyyatlarından ilk dəfə toplanan informasiyalardır
 Dövlət Statistika Komitəsinin statistik məcumələrindən ilk dəfə toplanılan informasiyalardır
 Tədqiqatın məqsədinə uyğun olaraq ilk dəfə toplanılan
 Konfrans materiallarında ilk dəfə toplanılan informasiyalardır

310 İlkin informasiyanın üstünlüyü:

- müəssisə daxilində asan saxlanması 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

311 İstehlakçılarının baxışlarına dair olan informasiya:

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

312 İstehlakçılarının istəklərinə və davranışlarına dair olan informasiyalar

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

313 İstehlakçının həyat stilinə aid olan informasiya:

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

314 İstehlakçının psixoloji xarakteristikası:

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

- həm ilkin, həm də sindikativ informasiyadır

315 İstehlakçının iqtisadi xarakteristikası:

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

316 Təkrar marketinq informasiyaları:

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

317 Məlumat kitabçası vasitəsilə bazarın tədqiqi hansı tədqiqat növünə aiddir?

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

318 Sorğular vasitəsilə bazarın tədqiqi hansı tədqiqat növünə aiddir?

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

319 Marketinq tədqiqatlarında istifadə olunan başqa bilik sahələrindən mənimsənilmiş metodlara aid edilir:

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

320 Marketinq informasiyasının təhlili sisteminə daxildir:

- məlumatlar bazası
 modellər və metodlar bankı
 xarici hesabat alt sistemi
 daxili hesabat alt sistemi
 marketinq informasiya sistemi

321 Marketinq tədqiqatları dedikdə nə başa düşülür?

- bu istehsalı zəruri çeşiddə və ölçüdə material resursları, avadanlıq və texnika ilə təmin etməklə istehsalın ahəngdarlığını və fasiləsizliyini təmin edir

- marketing fəaliyyətinin həyata keçirilməsinə dair qərarların qəbul edilməsinə dair informasiyanın toplanması, işlənməsi, təhlil edilməsi, şümmüləşdirilməsi və tövsiyələr hazırlanması başa düşülür
- hansı bir məhsula tələbatı və onu ödəmək imkanı olan istehlakçıların və bu tələbatın ödənilməsi üçün məhsullar təklif edən istehsalçıların məcmusudur.
- istehsal prosesinin tələb olunan standartlara uyğun gedişinin təmin edilməsinə, istehsal planına uyğun çeşiddə və keyfiyyətdə məhsul buraxılışına görə məsuliyyət daşıyır.
- marketing tədqiqatlarının maliyyələşdirilməsini təmin edir.

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

- rəqiblər
- istehlakçılar
- bazar
- istehsalçılar
- müştərilər

323 Marketing tədqiqatlarında regressiya təhlilindən:

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

324 İstehlakçı davranışı məhfumu bunu ifadə edir:

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

325 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

326 İstehlakçı davranışı ilə bağlı şəxsi amillərə aiddir:

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

327 Son istehlakçıların alış motivi və motivasiyası istehlakçıların davranışına təsi edən bu amillər qrupuna aiddir

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

- son istehakçıların həyat stilinə

328 Bazarların seqmentləşdirilməsi:

- istehlakçıların müəssisənin yerləşdiyi əraziyə görə qruplara bölünməsidir
 istehlakçıların marketinqin 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

329 Bu, bazarların seqmentləşdirilməsinə olan tələblərə aid deyil:

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

330 Hədəf bazarı:

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

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

- retrospektiv
 axtarış
 perspektiv
 normativ
 operativ təqvim

332 Aşağıda qeyd olunan hansı sənəd proqnozlaşdırmanın müvafiq ssenarisinin yazılması üçün nümunə ola bilər:

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

333 Öncədən görmənin hansı forması daha dəqiqdir?

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

334 Aşağıda verilənlərdən hansı proqnoz növünə aid deyildir

- bütün cavablar səhvdir
 sahə proqnozu

- makroiqtisadi proqnoz
- hamısı aiddir
- iqtisadi sistemin ilkin həlqələrinin proqnozu

335 Proqnozlaşdırma prinsiplərinə aid deyildir:

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

336 Hansı təsnifləşdirmə variantı proqnoz miqyasına uyğundur?

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

337 Zaman əlamətinə görə proqnoz növünü seçin

- normativ
- cavablar düzdür
- determinantlaşdırılmış
- axtarış
- operativ

338 Aşağıdakılardan hansı iqtisadi proqnozlaşdırma obyektidir?

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

339 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

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

- makroiqtisadi
- axtarış
- struktur
- normativ
- uzun müddətli

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

- cavablar düzdür

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

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

- stoxastik
- demoqrafik proqnozlar
- struktur proqnozlar
- operativ proqnozlar
- diskret

343 Proqnoz növü deyildir:

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

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

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

345 Səhmdar cəmiyyətin nizamnamə kapitalı necə formalaşır

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

346 Buraxılan məhsulun iqtisadi təyinatına görə bütün sənaye müəssisələri necə qruplaşdırılır

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

347 İstehsal vasitələri istehsal edən sənaye müəssisələrinə aid deyil

- kimya
- nəqliyyat
- metallurgiya
- energetika
- maşınqayırma

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

- 50-60%

- 90-95%
 70-75%
 75-80%
 1

349 Azərbaycanda nəğdsiz pul dövriyyəsinin təxminən neçə faizini təşkil edir?

- .9
 .2
 .15
 .3
 .4

350 Nəğdsiz hesablaşmaların formasına aid deyil?

- bank hesabı
 ödəniş tapşırığı
 ödəniş tələbnaməsi
 akreditiv
 çek

351 Hesab sistemlərinin və pul vəsaitlərinin daxil olduğu təyinat sistemidir

- banklar
 sənəd dövriyyəsi
 hesablaşma hesabı
 kassa sistemi
 valuyta sistemi

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

- ödəniş tələbnaməsi
 ödəniş sənədi
 ödəmə tapşırığı
 akreditiv
 çek

353 Məhsulun keyfiyyətinin yüksəldilməsi əsasında onun modifikasiyası hansı halda məqsədəuyğundur

- məhsulun modifikasiyası əlavə xərclər və resurslar tələb etmədiyi halda)
 keyfiyyət parametrinin 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

354 Əmtələrin 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

355 Çeşidin formalaşması nədir?

- əmtələrin 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 tələbata fəal təsir göstərmək məqsədilə mallara olan ehtiyacı öyrənməyə yönəldilməsi başa düşülür
- əhalinin tələbinə uyğun əmtələrin hazırlanması və bazara təklifdir
- tam alıcı kompleksinə aid olan əmtələrin kompleksləşdirilməsi
- əhalinin tələbinə uyğun əmtələrin hazırlanması və bazara təklifdir

356 İntistutsional təşkilatlar bazarı:

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

357 Marka nədir?

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

358 Marka nişanı nədir?

- maddi resursların dövlətin mülkiyyətində olduğu şəraitdə mərkəzləşdirilmiş planlaşmanı təmin edən idarə heyəti
- markanın tanınan, lakin tələffüz oluna bilinməyən hissəsidir (rəmz, rəsm, fərqləndirici rəng və ya özünəməxsus şrift təyinatı)
- müəssisənin və ya firmanın kommersiya sirlərini bilən və istehsala tətbiq edən şəxs
- istehlakına əmək sərf olunan hər şey
- hər-hansı bir satıcının və ya satıcılar qrupunun əmtələrini yaxud xidmətlərini eyniləşdirmək, bunlara rəqiblərin əmtələri və xidmətlərindən fərqləndirmək təyinatı olan ad termin, nişan, rəmz, rəsm və ya onların birləşməsidir

359 Tez xarab olan məhsullar mənşəyinə görə necə qruplaşdırılır?

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

360 İşgüzar protokol nədir?

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

361 Kommersiya yazışmasının funksional forması sorğu hansıdır?

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

362 Kommersiya yazışmasının funksional forması oferta hansıdır?

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

363 Kommersiya yazışmasının funksional forması reklamasiya hansıdır?

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

364 Reklamasiyaya cavab hansı formada göndərilir?

- faks və internetlə
- yazılı
- şifahi
- şifahi və qismən yazılı
- telefonla

365 Kommersiya fəaliyyəti nəticəsində mümkün ziyana məruz qalmaq, itkilərin olması nədir?

- Depresiya
- Risk
- Fors-mayor
- Fəlakət
- Gəlirlərin azalması

366 Rekalmasiya nədir?

- riskdir
- itkilərdir
- iradlardır
- etirazdır
- kommersiya sənədidir

367 Riskin dərəcəsinin müəyyənləşdirilməsi üçün metodlar hansılardır?

- müşahidə və təhlil
- statistik və ekspert
- ekspert və sorğu
- sorğu və razılaşma

- müşahidə və statistik metod

368 Sahibkara yaxşı məlum olan amillər necə adlanır?

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

369 ekspertlər tərəfindən nəzərə alınmayan amillər hansılardır?

- sorğu metodu
 təsadüfi
 az ehtimal olunan
 ehtimal olunan
 ekspert metod

370 ticarət prosesinin əsas fiquru kimdir?

- Marketoloqlar
 Kommersant
 Əmtəəşünas
 Tacir
 Ticarət ađenti

371 ticarət biznesinin əsasını nə təşkil edir?

- biznes fəaliyyəti
 kommersiya fəaliyyəti
 ticarət əməliyyatları
 biznes əməliyyatları
 ticarət fəaliyyəti

372 Müəyyən məkandakı davranış qaydaları nə adlanır?

- akt
 etiket
 protokol
 oferta
 etik kodeks

373 Aşağıdakılardan hansı marketinq kommunikasiyasına daxil deyil

- pablik rileyşnz
 markalanma
 təbliğat
 reklam
 stimullaşma

374 Eyni adlı məhsulların müxtəlif növləri arasındakı rəqabət

- oxşar məhsulların rəqabətidir
 funksional rəqabətidir
 sahələrarası rəqabətidir
 arzu edilən məhsulların rəqabətidir

növ rəqabətidir

375 Marketing yanaşması baxımından bazar

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

376 Tələbatın tərredüd etdiyi halda marketingin hansı formasında istifadə etmək məqsədəuyğundur

- demarketing
 sinxromarketing.
 konversiya marketingi
 təmərküzləmiş marketing
 həvəsləndirici marketing

377 Ticarət nişanı nədir?

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

378 Kommersiya fəaliyyətində broker hansı formalardır?

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

379 Məhdud xidmət göstərən kommivoyarjer kimdir?

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

380 Aşağıdakılardan hansı pərakəndə ticarətin təsnifat əlaməti deyil?

- ticarət xidmətinin xarakteri
 göstərilən əlavə xidmətlər
 qiymətə nisbi münasibət
 təklif edilən əmtəə çeşidi
 mənsubiyyət və təmərküzləşmənin müxtəlifliyi

381 İstehlak kooperativi kimə məxsusdur?

- istehsalın, satışın və bölgünün ardıcıl mərhələləri vahid tabeçilikdə olan müəssisədir
 istehlakçıların sahib olduqları hər hansı bir pərakəndə satış firmasıdır

- istehsalçıların sahib olduqları hər hansı bir pərakəndə satış firmasıdır
- aralıq satıcıların pərakəndə satış şəbəkəsidir
- ümumi nəzarət və mülkiyyətdə olan pərakəndə şəbəkədir

382 Pərakəndə ticarəti təmərküzləşmə formasına aid deyil?

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

383 Səyyar satıcı olaraq yalnız kommissiyon haqqı alan aralıq satıcı kimdir?

- konsiqnat
- asent
- broker
- distribyuter
- makler

384 İctimaiyyətlə əlaqənin məqsədi

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

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

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

386 İstehsalçılar bazarına hansı rəqabət forması uyğun gəlir

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

387 Reklam kampaniyasının məqsədi

- məhsulun birbaşa satışının həyata keçirilməsidir
- məhsulun keyfiyyətini yüksəltməkdir
- məhsulun istehlakçılara çatdırılmasını tezləşdirməkdir
- məhsul satışının həcmnin artırılmasıdır
- məhsul istehsalının həcmnin artırılmasıdır

388 Tələbi formalaşdırın amillər hansılardır?

- iqtisadi amillər

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

389 Birjalar nə ilə məşguldur

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

390 Birjaların növünə aid deyil?

- əmək birjalari
- hər biri aiddir
- əmtəə birjalari
- fond birjalari
- valuyta birjalari

391 birjalarda məhsullar hərrac təşkil-etməklə satıla bilərmə?

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

392 Satış hüquqi verilmiş şəxs kimdir?

- broker
- qrantı
- istehsalı
- istehlakı
- agent

393 Kovernot hansı sənəddir?

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

394 Qrantı kimdir?

- Agentdir
- Satış hüququ verilmiş şəxsdir
- Istehsalçıdır
- Satışa hüquq verilmiş istehsalçıdır
- Istehlakçıdır

395 Konosament nədir?

- 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 vasitəsilə yükün daşınmağa qəbul edilməsini təsdiq edən sənəddir

396 Marketingin makromühiti

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

397 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

398 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, 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
- məhsulun qiyməti və təyinat limanına çatdırılması ilə əlaqədar olan bütün xərclər;

399 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

400 Məhsulgöndərmənin franko-zavod şərtində kontrakt qiymətinin tərkibinə daxildir

- məhsulun qiyməti, məhsulun göndəriş limanına kimi çatdırılması ilə əlaqədar olan bütün xərclər və sığorta haqqı
- məhsulun qiyməti, müəssisənin yük həyətində çatdırılması və orada boşaldılması 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;
- məhsulun qiyməti, məhsulun təyinat limanına kimi çatdırılması ilə əlaqədar olan bütün xərclər və sığorta haqqı

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

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

402 Verilən dəqiq proqnoz hansıdır?

- çox uzunmüddətli.
- qısamüddətli
- uzunmüddətli
- ortamüddətli
- uzunmüddətli və qısamüddətli

403 Proqnoz- proqnosis hansı dildən götürülüb?

- fars
- yunan
- latın
- ingilis
- ərəb

404 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

405 Müddətinə və səviyyəsinə görə planlaşdırmanın növləri hansılardır?

- strateji və uzunmüddətli planlar
- strateji, taktiki və operativ
- strateji .qısa müddətli, uzunmüddətli
- operativ planlar, kiçik mağazalar üzrə planlaşdırma
- orta müddətli və taktiki planlar

406 Tələbin proqnozları hansı proqnozların tərkib hissəsidir?

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

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

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

408 Proqnozun mənası nədir?

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

409 Əhalinin alıcılıq qabiliyyəti nəyi ifadə edir?

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

410 Əhalinin alıcılıq fondu nəyi göstərir?

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

411 Tələb nədir?

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

412 Təklif nədir?

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

413 İdarəetmənin funksiyaları hansılardır

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

414 Planlaşdırmanın metodları hansılardır?

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

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

- satışın həcmnin proqnozlaşdırılmasından
- situasional təhlildən
- məqsədin müəyyənləşdirilməsindən
- məhsul üzrə marketing kompleksinin hazırlanmasından
- məhsul üzrə marketing büdcəsinin tərtibindən

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

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

417 Tələbin uzunmüddətli proqnozlarında əsasən nə müəyyənləşdirilir?

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

418 Tələbin proqnozu proqnozlaşdırmada nə kimi rol oynayır?

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

419 Tələbatın yüksəlməsi qanununun mahiyyəti nədədir?

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

420 Aşağıda göstərilən əməliyyatlardan hansı məhsul üzrə marketing planlaşdırılmasına aid deyildir

- satışın həcmnin proqnozlaşdırılması
- biznes portfelin təhlili
- məqsədin müəyyənləşdirilməsi
- situasional təhlil
- məhsul üzrə marketing kompleksinin hazırlanması

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

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

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

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

423 Markaların xüsusiyyətlərinin fərqlilik dərəcəsi güclü, istehlakçı cəlbediciliyi zəif olduqda qəbul edilən qərarlar

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

424 Tələbin öyrənilməsi və proqnozlaşdırılmasında hansı növ informasiyalardan istifadə olunur?

- sosial
- demmoqrafik
- müşahidə
- iqtisadi, sosial, demmoqrafik və s.
- iqtisadi

425 Tələbin proqnozlaşdırılmasının necə spesifik prinsipi var?

- 4
- 2
- 1
- 3
- 5

426 Tələbin proqnozlaşdırılmasının necə mərhələsi var?

- 2 və ya 3
- 6
- 5
- 4
- 1

427 Kommersiya proqnozları müddətə görə necə bölünür?

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

428 Şerti olaraq səmərəli istehlak normaları nəyi müəyyənləşdirir?

- norma olaraq bir adama düşən qidaların miqdarını
- qeyri-ərzaq mallarında əşyaların sayını
- bir adama ərzaq mallarının miqdarını

- ərzaq və qeyri-ərzaq mallarının miqdarını
 xidmətlərin dəyərini

429 Fizioloji istehlak formasının mahiyyəti nə ilə izah olunur?

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

430 Səmərəli istehlak normaları hansı göstəricilərlə ifadə olunur?

- dəqiqlik ilə
 natural
 cinsi
 gün hesabı ilə
 vaxtla

431 Proqnozların spesifik prinsipi hansılardır?

- qəti olması
 çoxvariantlılı və qəti olmaması
 dəqiqlik
 tamlıq
 çoxvariantlılıq

432 İlk İnformasiyaların hazırlanması tələbin proqnozlaşdırılmasının neçənci mərhələsidir?

- 1
 2
 3
 5
 4

433 Proqnozlaşdırılmanın yekun mərhələsindən istifadə olunur

- planlaşdırmada
 planlaşdırma və idarəetmədə
 metodların seçilməsində
 rəylərin verilməsində
 idarəetmədə

434 Əhalinin alıcılıq fondu mahiyyətinə görə necə bir göstəricidir?

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

435 Tərkibinə görə mal təklifi necə təsnifləşdirilir?

- topdansatış ticarət anbarlarında olan mal ehtiyatları
 bütün variantlar düzgündür
 müvafiq satış təşkilatlarında firmalarında satış üçün kompleksləşdirilmiş, çeşidləşdirilmiş istehsal vasitələri

- istehsal müəssisələrinin anbarlarında satış üçün kompleksləşdirilmiş hazır məhsul
- yolda olan mallar

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

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

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

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

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

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

439 Əmtəə bazarı və tələbin proqnozlaşdırılmasında hansı zaman və məkan informasiyalar tələb olunur?

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

440 Səmərəli və fizioloji istehlak nədir?

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

441 Fizioloji və səmərəli istehlak normalarının mahiyyəti və əhəmiyyəti nədir

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

442 Tərkibinə görə aşağıda göstərilənlər mal təklifinə aid edilə bilərlərmi?

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

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

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

444 Satışın həcmnin azalması, satışın ziyanla başa gəlməsi məhsulun həyat dövrünün hansı mərhələsinə uyğun gəlir

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

445 Proqnozların əsas xüsusiyyətləri?

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

446 Tələbin proqnozları hansı funksiyaları yerinə yetirir?

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

447 Mal çeşidinin detallaşdırma dərəcəsinə görə ödəmə qabiliyyətli tələbin proqnozları hansılardır?

- məqsədli proqnozlar
- makro və mikro proqnozlar
- cari proqnozlar
- operativ proqnozlar
- lokal proqnozlar

448 Proqnozlaşdırma dövrünün müddətinə görə proqnozların növü hansılardır?

- operativ
- hamısı düzgündür
- qısamüddətli
- ortamüddətli və uzunmüddətli
- cari

449 Uzunmüddətli kommersiona proqnozları nədir?

- ərzaq mallarının satışını həyata keçirir, uzun müddətli olur
- əsasən konkret məqsədləri əhatə edir və 5 il müddətinə tərtib olunur
- bir qayda olaraq 3-5 il müddətini əhatə edir, rəhbərlik tərəfindən işlənilib hazırlanır, strateji məqsədləri ifadə edir
- əsasən kəmiyyət xarakteristikalarını əhatə edir, 5 il müddətini əhatə edir
- müxtəlif xidmətlərin, sazişlərin, müqavilələrin hazırlanmasını əhatə edir

450 Qısamüddətli kommersiona proqnozları nədir?

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

451 Ortamüddətli kommersiona proqnozları nədir?

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

452 Proqnozlaşdırılma obyektinin xarakterinə görə proqnozların növləri hansılardır?

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

453 Proqnozlaşdırılma obyektinə görə tələbin proqnozları hansı əlamətlərə görə təsnifləşdirilir?

- mal çeşidinin detallaşdırma dərəcəsinə görə
- mal nomenklaturasının komplekslilik və mal çeşidinin detallaşdırma dərəcəsinə görə
- istiqamətinə görə
- məqsədinə görə
- mal nomenklaturasının komplekslilik dərəcəsinə görə

454 Operativ poqnozlar hansı dövrü əhatə edir?

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

455 Reqion poqnozlar hansı əlamətlərə görə təsnifləşdirilir?

- istifadə edilən metodların sayına görə
- ərazi əlamətlərinə görə
- obyektivinə görə

- dövrünə görə
- proqnozlaşdırma metodlarına görə

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

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

457 Proqnozlaşdırmanın istiqamətinə görə hansı proqnozlar mövcuddur?

- genetic və məqsədli proqnozlar
- interval formalı proqnozlar
- birqiyətli proqnozlar
- genetik proqnozlar
- məqsədli proqnozlar

458 Proqnozlaşdırma metodlarına görə hansı proqnozlar vardır?

- keyfiyyət
- kəmiyyət və keyfiyyət.
- lokal
- qlobal
- kəmiyyət

459 Cari proqnozlar hansılardır?

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

460 Proqnozlar hansı əlamətlər üzrə təsnifləşdirilə bilər?

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

461 Strateji marketing planlaşdırılmasının məqsədi

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

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

- kəmiyyət metodu
- normativ metod

- analogi metod
- keyfiyyət və həndəsi artım metodu
- keyfiyyət və kəmiyyət metodları

463 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

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

- heç bir asılılıq yoxdur.
- tərzinə
- birbaşa
- düzünə
- hər ikisi bərabərdir

465 Korelyasiya və regressiya metodunda funksiya kimi hansı göstərici çıxış edir?

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

466 Elastiklik əmsalı göstəricisində neçə amil iştirak edir ?

- daha çox
- 1
- 5
- 3
- 2

467 Aşağıdakılardan hansı keyfiyyət proqnozuna aid deyildir?

- istehlakçıların anket sorguları
- elastiklik əmsalından istifadə
- satışın həcmnin qiymətləndirilməsi
- analogi və müqayisə
- ekspert qiymətləndirilməsi

468 Alıcılıq fondu nəyin əsasında hesablanır?

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

469 Əhalinin pul gəlirləri və məsrəfləri balansı hansı göstərici üzrə hazırlanır

- heç bir variant doğru deyil
- bütün variantlar doğrudur

- hesabat balansı
- gözlənilən balans
- qarşıdakı il üçün plan balansı

470 Məhsulun qiymətinin artması

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

471 Məhsulun qiymətinin azalması

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

472 Məhsulun qiymətinin azalması

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

473 Tələblə onu formalaşdıran amillər arasında əlaqənin kəmiyyətə ekstrapolyasiyası hansı metodları özündə birləşdirir?

- tələbin elastiklik əmsalına əsaslanan metodlarını
- hec bir metodu birləşdirmir.
- analogiya və müqayisə metodlarını
- sadə ekstrapolyasiya metodlarını
- korrelyasiya və reqressiya təhlilinə əsaslanan metodları və elastiklik əmsalına əsaslanan metodlarını

474 Nəzərə alınan amillərin sayına görə reqressiya metodları hansılardır?

- sadə reqressiya modelləri
- çoxamilli və sadə reqressiya modelləri
- tələbin xətti modelləri
- tələbin dinamik modelləri
- çoxamilli reqressiya modelləri

475 $y=a+bx$ neçə funksiyadır?

- loqarifmik
- üstlü
- loqistik
- hiperbola
- xətti

476 Ekstrapolyasiyanın mahiyyəti nədir?

- təsir altda olduğu amillərin dəyişməsi nəticəsində əhali tələbinin dəyişmə qabiliyyətini əks etdirir

- dinamik sıranın özündən kənarında onun keçmiş və indiki dövründə inkişafını xarakterizə edən səviyyəsini göstərir.
- dinamik sıranın özündə indiki zamanın inkişafını əks etdirir
- özündən kənarında keçmiş dövrün inkişafını əks etdirir.
- gələcəyin inkişaf perspektivini göstərir.

477 Tələbin elastikliyi nəyi ifadə edir?

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

478 Tələbin proqnozlaşdırılması neçə məntiqi mərhələdən keçir?

- 3
- 6
- 4
- 2
- 5

479 Müvafiq hesablamalarda satış üzrə proqnozun orta səhvinə necə müəyyən etmək olar?

- dispersiya əmsalının dinamik sırada göstərilənlərə tam nisbəti ($P_s = 6_{KB:n}$)
- kökaltda dispersiya əmsalının dinamik sırada göstəricilərə nisbəti
- dispersiya əmsalı ilə dinamik sırada göstərilənlərin hasilini ($P_s = 6_{KB.x n}$)
- dispersiya əmsalının dinamik sırada göstərilənlərə nisbəti ($P_s = 6_{KB:n}$)
- dispersiya əmsalının dinamik sırada göstərilənlərə orta nisbəti ($P_s = 6_{KB:n}$)

480 Məhsulun qiymətinin artması

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

481 Tələbin qiymət elastikliyi

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

482 $Y = a + bx$ necə bir funksiyadır?

- hiperbola
- xətti
- loqarifmik
- üstlü
- loqistik

483 Tələbin qeyri-xətti modelində tələblə amillər arasında əlaqə necə olur?

- hiperbola
- qeyri-xətti
- xətti
- logarifmik
- logistik

484 Ekstrapolyasiyanın trend metodu tələbin proqnozlaşdırılmasının hansı halında tətbiq olunur?

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

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

- $y=(x-x)^2 n$
- $Yz=a+bt$
- $n a + b E t=E 4$
- $aEt+bEt^2=EYt$
- $Y=eav+x1a1+x2a2,...Xnan$

486 Proqnozlaşdırmada riyazi instrumentariyaya nələr aiddir?

- korrelyasiya və regressiya təhlilinə əsaslanan metodlar
- yuxarıdakı variantların hamısı
- sadə ekstrapolyasiya metodları
- proqnozlaşdırılan kəmiyyətin dinamik sıralarının ekstrapolyasiyası
- tələblə onu formalaşdıran amillər arasında əlaqənin kəmiyyətcə ekstrapolyasiyası

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

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

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

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

489 Ərazi üzrə istehlakın həcmi necə müəyyənləşdirilir?

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

490 Bazarın tutumunun proqnozlaşdırılması metodu

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

491 Mal təklifinin əsasını nə təşkil edir?

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

492 Müəssisələrdə strateji marketinq planlaşdırılması hansı idarəetmə pilləsində (səviyyəsində) həyata keçirilir

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

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

- siyasi
- makro-iqtisadi
- mikro-iqtisadi
- sosial
- sosial-iqtisadi

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

- sosial
- makroiqtisadi
- mikroiqtisadi
- Sosial-iqtisadi
- siyasi

495 Makroiqtisadi göstəricilərin proqnozlaşdırılması metodologiyası hansı metodlara əsaslanır?

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

496 Makroiqtisadi göstəricilərin proqnozlaşdırılmasında hansı proqnozlardan istifadə olunur?

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

- demografik
- elmi-texniki tərəqqi üzrə proqnozlardan

497 İqtisadi konyunkturun hansı növləri vardır?

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

498 Planlaşdırmanın xarakterik cəhətləri

- planlar sabit olmalıdır
- bütün variantlar düzgündür
- planlar elmi xarakter daşımalıdır
- planlar optimal və real olmalıdır
- planlar fasiləsiz olmalıdır

499 Planlar hansı göstəricilər üzrə tərtib olunur?

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

500 Qiymət yuvarlaq rəqəm olmamalıdır deyimi hansı amilə əsaslanır

- xərclərlə əlaqədar olan amillərə
- rəqabətlə əlaqədar olan amillərə
- tələbatla əlaqədar olan amillərə
- məhsulun keyfiyyəti ilə əlaqədar olan amillərə
- psixoloji amillərə

501 Biznes portfelin artım strategiyasından hansı müəssisələr istifadə edir

- həm marketinq imkanları, həm də iqtisadi vəziyyəti stabil olan müəssisələr
- həm marketinq imkanları, həm də iqtisadi vəziyyəti güclü olan müəssisələr
- marketinq imkanları güclü, iqtisadi vəziyyəti zəif olan müəssisələr
- marketinq imkanları zəif, iqtisadi vəziyyəti güclü olan müəssisələr
- həm marketinq imkanları, həm də iqtisadi vəziyyəti zəif olan müəssisələr

502 Aşağıda göstərilən amillərdən hansılar beynəlxalq bazarlara çıxmanı zəruri edir:

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

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

- heç biri aid deyildir
- hamısı düzdür

- ümumdövlət investisiya və elmi-texniki siyasətini həyata keçirən göstəricilər
- əsas iqtisadi və sosial problemlərin həllini şərtləndirən geniş təkrar istehsalın zəruri proporsiyalarını təmin edən göstəricilər
- dövlətlərarası xarici iqtisadi əlaqələri formalaşdıran göstəricilər və s.

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

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

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

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

506 Mikro qruplu proqnozlar hansılardır?

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

507 Müəssisə səviyyəsində marketinqin strateji planlaşdırılmasına nədən başlanılır

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

508 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 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 + 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 - ixracın dəyər ifadəsində həcmi - ilin axırına qalığın həcmi (dəyər ifadəsində)

509 Aşağıda göstərilənlərdən hansılar ictimai xarakterinə görə tələbata aid edilir?

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

510 Demografik proqnozlar hansı metodlar əsasında hazırlanır?

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

511 Əhalinin həyat səviyyəsi hansı göstəriciləri özündə əks etdirir?

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

512 Orta müddətli proqnozlarda əhali tələbi hansı strukturda proqnozlaşdırılır?

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

513 Tələbin proqnozlaşdırılmasında hansı zaman və məkan informasiyaları vacibdir?

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

514 Faydasız auditoriyaya kimlər aid edilir

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

515 Tələbin elastikliyi yüksək olduğu halda

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

516 Tələb elastik olmadığı halda

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

517 Tələbin elastikliyi

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

518 Kommersiya hesabı hansı sənəddir?

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

519 Kreditlə ödəmə nədir?

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

520 Kommersiya sənədləri hansı sənədlərdir?

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

521 Hesablaşmalar müəssisələr tərəfindən hansı üsullarla aparılır?

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

522 Əmtəə əməliyyatlarına hansı daxil deyil?

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

523 Xarici valyuta ilə hesablaşmalar necə həyata keçirilir?

- beynəlxalq valyuta fondunun qərarı ilə
- milli bankın xüsusi icazəsi ilə
- nazirlər kabinetinin xüsusi icazəsi ilə

- milli məclisin qərarı ilə
- banklar birliyinin sərəncamı ilə

524 Valyuta hesabına hansı məbləğ mədaxil edilə bilməz?

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

525 Əhalinin gəlirlərinin səviyyəsi hansı seqmentləşdirmə amilləri qrupuna aiddir

- coğrafi amillər
- sosial amillər
- iqtisadi amillər
- davranış amilləri
- psixoxrafik amillər

526 Tələbatın hansı halında müəssisənin reklamdan istifadə etməsi effektiv deyildir:

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

527 Reklam nədir:

- məhsulun mövqeləşdirilməsidir
- ünvarsız (qeyri şəxsi) və haqqı ödənilən kommunikasiyadır
- inteqrasiya olunmuş kommunikasiyadır
- ictimaiyyətlə əlaqədir
- iki tərəfli kommunikasiyadır

528 Məhsulda axtarılan səmərə hansı seqmentləşdirmə kriteriyasına aiddir

- iqtisadi
- mədəniyyət
- psixoxrafik
- demoqrafik
- sosial;

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

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

530 Anbar dükan nədir?

- orta ölçülü ucuz mebel ticarəti ilə məşğul olan obyektidir
- çox böyük sahəsi olan ucuzlaşmış qiymət dükanlarıdır

- xırda topdan ərzaq mağazasıdır
- kiçik anbarlardır
- çox böyük sahəli bahalı mallar satış obyektidir

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

- 1981 ABŞ-Koka-kola
- 1980 ABŞ- Tutti Srutti
- 1970 ABŞ- Vriqley
- 1985 ABŞ-Dirol
- 1990 ABŞ-Orbit

532 İlk univermaq hansıdır?

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

533 Müqavilələrin bağlanması vasitəçiliyə görə brokerin aldığı mizd necə adlanır?

- gördüyü işin mükafatı
- mükafat
- komisyon mükafatı
- yardımı
- stimül

534 Univermaqda 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
- ərzaq malları, evə qulluq malları qəbul edir
- tikinti materialları, yarım

535 Universam nə təklif olunur?

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

536 İstehlakçılar bazarına hansı rəqabət forması uyğun gəlir

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

537 İstehlakçı davranışı anlayışı nəyi ifadə edir

- istehlakçıların sosial-iqtisadi vəziyyətini və mədəni səviyyəsini
- məhsulların seçilməsi və satın alınması prosesində istehlakçıların etdikləri hərəkətlərin məcmuunu

- istehlakçılarının məhsula və onun qiymətinə münasibətini
- istehlakçılarının tələbatını və alıcılıq qabiliyyətini
- istehlakçılarının həyat tərzini

538 İstehlakçı bazarının seqmentləşdirilməsi:

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

539 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:

- birbaşa marketing
- differensiallaşdırılmamış marketing
- məhsullar marketingi
- sınaq marketingi
- təmərküzləmiş marketing

540 Aşağıda göstərilənlərdən hansı son istehlakçılar bazarının psixografik seqmentləşdirmə meyarlarına aiddir

- istehlakçılarının yaş qurpu
- istehlakçılarının həyat təzi və şəxsiyyətin tipi
- istehlakçının gəlirlərinin səviyyəsi, ailələrin sayı
- istehlakçılarının daxil olduğu sahə və təşkilatın miqyası
- məhsulgöndərənlərlə əməkdaşlıq səviyyəsi

541 Aşağıda göstərilənlərdən hansı institutsional istehlakçılar bazarının psixografik seqmentləşdirmə meyarlarına aiddir

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

542 Məhsul çeşidinin genişliyi

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

543 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 veirilməsidir

544 Məhsul nomenklaturasının dərinliyi

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

545 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;

546 Müəssisə A məhsulunun satışının həcmi azalması ilə əlaqədar olaraq marketing proqramına yenidən baxmaq qərarına gəlmişdir. Aparılmış tədqiqatlar göstərdi ki, seqmentləşdirmənin demoqrafik meyarlarından istifadə edildiyindən məqsəd bazarlarının seçilməsi vaxtı səhvə yol verilmişdir. Buna görə də o, seqmentləşdirilmənin demoqrafik meyarları əvəzinə psixografik 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 təzi, məhsulda axtarılan səmərə amillərindən
- inzibati ərazi vahidləri, iqlim qurşaqları
- əhəlinin yaş tərkibi, ailələrin sayı, əhəlinin cins tərkibi amillərindən
- sosial-iqtisadi, mədəniyyət amillərindən

547 Aşağıdakılardan hansı bazarın seqmentləşdirilməsinin demoqrafik amillərinə aiddir:

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

548 Aşağıda göstərilən həvəsləndirilmə formalarından hansı istehlakçı əvvəllər aldığı məhsulu təkrar almağa daha çox təhrik edəcəkdir

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

549 Məhsulun mövqeləşdirilməsinin əsasını nə təşkil edir?

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

550 Müəssisə bir neçə bazar seqmentində fəaliyyət göstərir və hər seqment üçün xüsusi marketing

proqramı tərtib edir. Bu halda marketinqin hansı formasının tətbiqi m qs d uygundur

- passiv sarketing
- differensiallaşdırılmamış marketinqin
- t m rk zl şdirilm ş marketinqin
- differensiallaşdırılmıř marketinqin
- kütləvi marketinqin

551  nformasiyalar nece olmalıdır?

- fasiləsiz
- dəqiq.tam.etibarlı.fasiləsiz
- dəqiq
- tam
- etibarlı

552 Statistik hesabatlarda mədəni-m iř t v  təsərrüfat təyinatlı mallar hansı göstəricilərlə ifadə olunur.

- cinsi
- natural
- dəyər
- kəmiyyət
- keyfiyyət

553  řg zar informasiyaya n  daxil deyil?

- EHM-nın proqram təminatı.
- maliyyə məlumatları
- malın qiyməti haqqında məlumat
- marketinq haqqında məlumat
- heyətin siyahısı

554 Biznes-planın bölmələrinə ařađıdakılardan hansı daxil deyil?

- marketinq-texniki baza, maliyyə planı
- bir əmtəyə görə fond tutumunun müəyyənləşdirilməsi
-  sas fəaliyyət növlərinin izahı
- istehlak bazarının tutumunun müəyyənləşdirilməsi
- marketinq iřləri

555 Remarketing tələbatın hansı formasında tətbiq edilir

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

556 D vr  mətbuat və statistik n řrl rin öyrənilməsi marketinq tədqiqatlarının hansı n v n  aiddir

- marketinq tədqiqatlarına aid deyildir
- kabinet tədqiqatlarına
- vaxtaşırı aparılan marketinq tədqiqatlarına
- müntəzəm aparılan marketinq tədqiqatlarına

- kabinetdən kənar tədqiqatlara

557 Sorğular və müşahidə marketing tədqiqatlarının hansı növünə aiddir

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

558 Marketingin informasiya sisteminin effektivliyi üçün aşağıdakıların olması zəruridir

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

559 İnformasiya dedikdə nə başa düşülür?

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

560 Tələbin qiymətləndirilməsində və proqnozlaşdırılmasında informasiya mənbəyi nədir.

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

561 Biznes-plan hansı vəzifələri həll etməyə imkan verir?

- müəssisənin xərc və gəlirlərini əlaqələndirmək
 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 müəyyənləşdirmək
 illik fəaliyyətin yekun göstəricilərini öyrənmək
 xarici iqtisadi fəaliyyəti əsaslandırmaq üçün tədiyyə balansını qurmaq
 təsərrüfat fəaliyyətini iqtisadi təhlil etmək

562 Kommersiya müəssisəsinin əsas maliyyə sənədlərinə nələr daxildir?

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

563 Aşağıda göstərilənlərdən hansı marketing fəaliyyətinə aid deyildir

- məhsulların qablaşdırılması
 məhsulun istehsal texnologiyası

- marketinq tədqiqatları
- məhsulun qiymətinin müəyyənləşdirilməsi
- məhsulların reklamı

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

- qruplaşdırmadan
- reqressiya təhlilindən
- sistemli təhlildən
- qrafiklərin qurulmasından
- variasiya təhlilindən

565 Aşağıda göstərilən metodlardan hansı marketinqə dair informasiyanın toplanmasında istifadə edilən metodlara aid deyildir

- Delfi və fokus-qrup metodları
- informasiyanın iqtisavdi təhlil metodu
- müşahidə və sorğu metodları
- eksperiment və fokus-qrup metodları
- imitasiya metodu

566 Marketinq tədqiqatları

- marketinq nəzəriyyəsi və praktikasının dərinədən öyrənilməsidir
- bazar prosesləri və situasiyasının idarə edilməsi üzrə proqramların hazırlanması prosesidir
- müəssisənin marketinq fəaliyyətinin təhlili və qiymətləndirilməsi prosesidir
- müəssisənin fəaliyyətinin planlaşdırılması məqsədilə aparılan elmi-tədqiqat işləridir
- marketinqin ətraf mühiti amillərini xarakterizə edən informasiyanın toplanması, sistemləşdirilməsi, təhlili, qiymətləndirilməsi və marketinq fəaliyyətinə dair tövsiyələrin hazırlanması üzrə aparılan tədqiqat işləridir

567 Zondlaşdırma (kəşfiyyat) marketinq tədqiqatları hansı məqsədlə aparılır

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

568 Marka emblemi (nişanı):

- istehsal edilən məhsulların çeşiddidir
- ticarət markasının tanına bilən, lakin tələffüz edilə bilməyən hissəsidir
- ticarət markasında istifadə edilən simvollarıdır
- ticarət markasının tələffüz edilə bilən hissəsidir
- ticarət markasıdır

569 Aağıda göstərilənlərdən hansı marketinqin funksiyasına aid deyildir

- reklam və satışın həvəsləndirilməsi
- sistemli təhlil
- marketinq tədqiqatları
- məhsul çehidinin planlaşdırılması

qiymətqoyma

570 Aşağıda göstərilənlərdən hansı marketinqin funksiyasına aiddir

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

571 Aşağıda göstərilənlərdən hansı marketinqin funksiyasına aiddir

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

572 Aşağıda göstərilənlərdən hansı marketinqin funksiyasına aiddir

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

573 Marketinqin prinsirləri dedikdə

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

574 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

575 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

576 Aşağıda göstərilənlərdən hansı marketinqin prinsiplərinə aiddir

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

- müəssisənin istehsal güclərinin nəzərə alınması

577 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;

578 Aşağıda göstərilən halların hansında differensiallaşdırılmış marketing formasının tətbiqi məqsədəuyğundur

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

579 Marketingin məhsulyönümlü idarəetmə strukturunda marketing fəaliyyəti:

- 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
 müxtəlif funksiyalar üzrə yaradılmış struktur vahidləri tərəfindən həyata keçirilir

580 Kommersiya riski nədir?

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

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

- protokol
 etika
 etiket
 loqistika
 mədəniyyət

582 İşgüzar görüşlərin keçirilməsi qaydası necə adlanır?

- mədəniyyət
 işgüzar protokol
 etiket
 etik kodeks
 protokol forması

583 Kommersant etiketinə nələr daxildir?

- özünü təqdim etmə, tanışlıq, işgüzar yazışmalar və telefon danışıqları, xarici görünüşə, geyimə, maneralara diqqət etmək, nitqə tələblər, iqtisadi ,siyasi biliklər

- özünü təqdim etmə, tanışlıq, işgüzar danışıqların aparılması qaydaları, işgüzar yazışmalar və telefon danışıqları, xarici görünüşə, geyimə, maneralara diqqət etmək, nitqə tələblər, işgüzar protokol bilikləri
- özünü təqdim etmə, işgüzar danışıqların aparılması qaydaları, işgüzar yazışmalar və telefon danışıqları, xarici görünüşünə, geyimə, saç düzümünə diqqət etmək, nitqə tələblər, marka və əmtəə nişanlarını mənimsəmək
- özünü təqdim etmə, tanışlıq, işgüzar danışıqların aparılması qaydaları, işgüzar yazışmalar və telefon danışıqları, xarici görünüşə, geyimə fikir vermək, kargüzarlıq qabiliyyəti, saç düzümü
- özünü təqdim etmə, tanışlıq, işgüzar danışıqların aparılması qaydaları, işgüzar yazışmalar və telefon danışıqları, xarici görünüşə, geyimə diqqət etmək, texniki biliklər

584 Kommersiya fəaliyyətində mümkün risk nədir?

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

585 Kommersiya işində risk edilən hansı katastrofik riskdir?

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

586 Kommersiya sazişi bağlamaq haqda formal təklif necə adlanır?

- reklamasiya
- oferta
- ofertaya cavde
- protokol
- sorğu

587 Nitqə verilən tələblər hansılardır?

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

588 Riskin azaldılması üsulu hansıdır?

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

589 Göndərmə üçün order nədir?

- Sifariş olunan əmtəənin göndərilməyə hazır olması barədə alıcını xəbərdar edən və satıcı tərəfindən verilən sənəddir
- Əmtəənin alıcıya göndərilməsi haqda satıcı tərəfindən verilən sənəddir
- Nəqliyyat növünü, göndərmə vaxtını və s. göstərməklə mal göndərənə daşıyıcıdan müəyyən miqdar göndərmə üçün yer saxlanmasını xahiş etməsi barədə sənəddir
- Əmtəənin daşınması barədə ixracın tələblərini və əmtəə barədə məlumatları əks etdirən sənəddir

- Satıcının yük alana malın göndərildiyi barədə məlumat verdiyi sənəddir

590 Kommersiya hesabı hansı sənəddir?

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

591 Məhsulun rəqabət qabiliyyətliliyi

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

592 Marketingin məhsul siyasətinin hazırlanmasının məqsədi

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

593 Məhsullara ticarət (məhsul) markasının verilməsində məqsəd

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

594 Məhsullara ştrixli kodların verilməsində məqsəd

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

595 Aşağıda göstərilənlərdən hansı marketingin prinsiplərinə aiddir

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

596 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
- differensiallaşdırılmamış marketing formasına
- aktiv marketing formasına
- birbaşa marketing formasına
- differensiallaşdırılmış marketing formasına

597 Aşağıda göstərilənlərdən hansı marketing fəaliyyətinə aid edilmir

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

598 Marketingin regional yönümlü idarəetmə strukturundan hansı müəssisənin istifadə etməsi daha məqsəduyğundur

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

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

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

600 Aşağıdakılardan hansı işgüzar danışıqların aparılmasına aid deyil?

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

601 Hansı sənəd kommersiya hesabıdır?

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

602 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 inamı, bacarıqlı, sərvət meyli olmalıdır
- texniki, təhsili qiymətləndirən, kommersiya vərdişləri olan şəxslərdir
- rəqabəti öyrənən, bazar imkanlarını təhlil edən, bacarıqlı mütəxəssis olmalıdır

603 Keyfiyyət barədə alıcının iradə hansı qaydada ödənilir

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

604 Broker kimdir?

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

605 Diler kimdir?

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

606 Nəğdsiz hesablaşmaların qeyri əmtə əməliyyatlarına nə aiddir?

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

607 Aşağıdakılardan hansı kommersiya məxfiliklərini fərqləndirən amillərə aid deyil?

- texnoloji, istehsal, təşkilati, marketinq xüsusiyyətlərinə görə
- siyasi xüsusiyyətlərinə görə
- kommersiya sirrinin təbiətinə görə
- mülkiyyət mənsubiyyətinə görə
- təyinatına görə

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

- 1990
- 1979
- 1981
- 1961
- 1985

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

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

610 Aşağıdakılardan hansı pərakəndə ticarətin təmərküzləşmə formasına aid deyil?

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

611 Pərakəndə satış mağazalarının göstərdiyi xidmətlər

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

612 Sual Topdan satış tacirlərinin təsnifatına aid deyil

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

613 Birja nədir?

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

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

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

615 Avropa birjası nə vaxt yaradılıb?

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

616 Hərrac nədir?

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

617 Hərracın keçirilməsi kim tərəfindən idarə olunur?

- mühasib
- hərrac komitəsi
- hüquqşünas
- məsləhətçi
- ekspert

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

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

619 İstehlak təyinatlı mallar bazarı hansıdır?

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

620 Kommersiya müəssisəsinin işinin səmərəsinin ən mühüm göstəricisi nədir?

- tədavül xərcləridir
- mənfəətdir
- gəlirlilik və xalis gəlirdir
- operativ mənfəətdir
- əməliyyat mənfəətdir

621 Ticarət müəssisəsinin fəaliyyətinin son nəticəsi nədir?

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

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

- klirinq adlanır;
- dempinq adlanır
- barter adlanır
- kütləvi marketinq adlanır
- aktiv marketinq adlanır

623 İstehsal xətlərinin və texnologiyanın satışında aşağıda göstərilən satış formalarının hansından istifadə etmək məqsədəuyğundur

- agentlər
- tenderlər
- yarmarkala
- sərgilər
- topdansatış ticarət

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

- şaquli inteqrasiya inkişaf strategiyası
- yeni bazarlara çıxma strategiyası
- bazara nüfuz etmə strategiyası
- yeni məhsul hazırlanması strategiyası
- üfiqi inteqrasiya inkişaf strategiyası

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

- şaquli inteqrasiya inkişaf strategiyası
- yeni məhsul hazırlanması strategiyası
- yeni bazarlara çıxma strategiyası
- bazara nüfuz etmə strategiyası
- üfiqi inteqrasiya inkişaf strategiyası

626 Əmtəə nümunələrinin qəbulu və saxlanmasını yarmarkada kim təmin edir?

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

627 bağlanmış müqavilələri yarmarkalarda kim qeydiyyat alır?

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

628 hansı formalar distribyutor formalarıdır ?

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

629 topdan mal alışında yarmarka işi hansı mərhələlərdən ibarətdir?

- başlangıç, satış
- başlangıç,təşkilati,yekun

- alışdan əvvəl, alışdan sonra
- təşkilati və yekun
- təşkilati, satış

630 Yarmarkanın işinin qiymətləndirilməsi hansı mərhələdə həyata keçirilir?

- təşkilati
- yekun
- başlanğıc
- artım
- kamillik

631 Əhalinin pul gəlirləri hansı amillərə aiddir.

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

632 Ticarət infrastrukturu nədir?

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

633 Mövsümi bazar qiyməti nədir?

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

634 Sorğu?

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

635 Reklamasiya nədir?

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

636 Risk nədir?

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

637 Mümkün risk nədir?

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

638 Yarmarka ticarətinin əsas məqsədi nədir?

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

639 Yarmarka ticarətinin təşkili zamanı onun keçirilməsinin əsas mərhələləri hansılardır?

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

640 Topdan ərzaq bazarının funksiyası deyil?

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

641 Konsiqnat kimdir?

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

642 Komissioner kimdir?

- malların açıq sərgi nümayişi ilə satılmasında iştirak edən şəxs
- komission haqqını alıb, öz işini bitirmiş ticarət agenti
- öz adından başqasının xeyrinə öz hesabına əmtəə satan vasitəçi
- ərzaq mallarının ticarət mərkəzində satışını həyata keçirir
- mebel və iri məişət məmulatlarını nümunələrlə satandır

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

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

644 Əməliyyat mənfəəti nədir?

- mənfəətdən əlavə dəyər vergisini çıxdıqdan sonra qalan hissədir
- rentabelliyin mal dövriyyəsinə nisbətidir
- ticarət gəlirləri ilə tədavül xərcləri arasında fərqdən ibarətdir
- istehsal xərclərindən əlavə dəyər vergisini çıxdıqdan sonra qalan hissədir
- xalis mənfəətlə tədavül xərclərinin cəmindən ibarətdir

645 Kommersiya işinin səmərəsini qiymətləndirərkən nələr əhəmiyyətlidir?

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

646 Bazarın potensial tutumu

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

647 Bazarın konyunkturası

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

648 Aşağıdakılardan hansı topdan ərzaq bazarının funksiyası deyil?

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

649 İnkişaf etmiş ölkələrdə Kes ənd kerri nədir?

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

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

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

651 topdan mal alışı hansı 2 formada həyata keçirilir?

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

652 topdan yarmarkaya rəhbərliyi hansı qurum həyata keçirir?

- sığorta şirkəti
- yarmarka komitəsi
- yarmarka direktorluğu
- sərği -satış şöbəsi
- müqavilələrin uçotu şöbəsi

653 Yarmarka ticarətinin hansı mərhələsində yarmarka komitəsi yaradılır?

- əsas mərhələsində
- başlanğıc mərhələsində
- yekun mərhələsində
- təşkilati mərhələsində
- aralıq mərhələsində

654 Yarmarkalar necə bölünürlər?

- bir neçə il müddətində fəaliyyət göstərən, işgüzar xarakterli, istehsal və qeyri istehsal malları 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
- müəyyən dövr üçün mal satışını həyata keçirən sahə daxili və region tipli yarmarkalara bölünürlər

655 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

656 Konyunktura nəyin təsiri altında formalaşır?

- qiymətin dinamikası altında
- dövrü və qeyri-dövrü amillərin
- potensial alıcıların
- ekoloji problemlərin
- coğrafi mühitin

657 Konyunkturanın göctericilərinə nə aiddir?

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

658 Nəğdsiz hesablaşmaların əmtəə əməliyyatlarına nə aiddir?

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

659 Yenidən satma üzrə əməliyyat hansıdır?

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

660 Komissiyon mükafat nədir?

- məişət cihazlarının təhvil verilməsinə görə mükafatdır
- müxtəlif xidmətlərin, sazişlərin və müqavilələrin təşkilinə görə vasitəçiyə verilən mudd, haqqdır
- ərzaq mallarının satışına görə alınan mükafatdır
- mebel mallarının satışından alınan mükafatdır
- müxtəlif xidmətlərin təşkilinə görə istehsalçıya verilən mükafatdır

661 Firmanın iş planı layihələri hansı şöbələr tərəfindən hazırlanır?

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

662 Balans mənfəəti necə hesablanır

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

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

- orta əmtəə ehtiyatlarını illik dövriyyəyə bölməklə
- orta əmtəə ehtiyatlarını hər hansı bir dövr üçün orta günlük dövriyyəyə bölməklə
- mal qalığı əmtəə ehtiyatlarına bölünməklə
- mal dövriyyəsinin tədavül xərclərinə nisbəti ilə
- orta əmtəə ehtiyatlarını bir günlük dövriyyəyə bölməklə

664 Reklam katoloqu hansı mərhələdə hazırlanır?

- kamillik
- təşkilatı
- yekun
- başlangıç
- artım

665 ticarət yarmakalarda mal alqı-satqısında əsas xüsusiyyətlər hansıdır?

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

666 Topdan ərzaq bazarında malgöndərənlər kimlərdir?

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

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

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

668 Yarmarka komitəsi arbitrajının fəaliyyətinə hansı daxil deyil?

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

669 Yarmarka komitəsinin qərarı necə rəsmiləşdirilir?

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

670 Yarmarka komitəsinin təşkilatı mərhələsində hansı iş görülür?

- alıcılardan sorğu keçirilməsi ilə
- reklam kataloqunun hazırlanması ilə
- mənfə və müsbət cəhətlərin qiymətləndirilməsi ilə
- sərgi satışın keçirilməsi ilə

- yarmarka komitəsinin yaradılması ilə

671 Yarmarkada mal alışı prosesində iddiaların verilməsi nədir?

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

672 Marketinqin nəzarət edilən ətraf mühit amilləri:

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

673 Kontakt auditoriyası

- müəssisənin məhsulqöndərənləridir;
 müəssisənin fəaliyyətinə maraq göstərən və qarşıya qoyduğu məqsədə çatmaqda ona gömək edən şəxslərin məcmuusudur
 müəssisə ilə kontakt yaradan və onu material resursları ilə təmin edən müəssisələrdir;
 müəssisənin müştəriləridir
 müəssisənin məhsullarının satışı həyata keçirən vasitəçilərdir

674 İstehsalçı bazarı nədir?

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

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

- işçihlakçılar bazarı
 istehsalçılar bazarı
 istehsal vasitələri bazarı
 vasitəçilər bazarı
 əmək bazarı

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

- inhisar bazarı
 işçihlakçılar bazarı
 istehsalçılar bazarı
 istehsal vasitələri bazarı
 qiymətli kağızlar bazarı

677 Topdan ticarət müəssisələri alıcılara hansı xidməti göstərmir?

- informasiya, konsaltinq
 marketinq kompleksinin modifikasiyasını
 tələbin qiymətləndirilməsini

- istehsal çeşidinin ticarət çeşidinə çevrilməsini
- saxlanma

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

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

679 Məhsulda axtarılan səmərə hansı seqmentləşdirmə kriteriyasına aiddir

- demoqrafik
- psixografik
- mədəniyyət
- iqtisadi
- sosial;

680 Şəxsi tələbat nədir?

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